

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan adalah persepsi individu mengenai kinerja suatu produk yang sesuai dengan harapan mereka. Kepuasan ini ditentukan oleh kemampuan produk dalam memberikan nilai yang sesuai dengan ekspektasi pembeli, sehingga tercipta rasa puas pada pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Maya Mitra Tumpeng). Dalam penelitian ini analisis yang digunakan adalah analisis multivariate yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari 7 (tujuh) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, maka ukuran sampel yang diambil minimal adalah 10 untuk setiap variabel. Maka jumlah sampel yang diambil menjadi 10×8 variabel = 80 sampel. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 80 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan teknik analisis yang dipakai dalam penelitian ini yaitu teknik analisis linier berganda. Teknik ini digunakan untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel produk, harga, lokasi, promosi, orang, bukti fisik, proses terhadap variabel dependen (Y) Kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk (X1), lokasi (X3), orang (X5), menunjukkan hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko maya mitra tumpeng. Sedangkan Harga (X2), promosi (X4), proses (X6), bukti fisik (X7) menunjukkan hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko maya mitra tumpeng.

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, Pemasaran

ABSTRACT

Customer satisfaction is an individual's perception of the performance of a product that meets their expectations. This satisfaction is determined by the product's ability to provide value that aligns with the buyer's expectations, thereby creating a sense of satisfaction in the customer. This study aims to analyze the impact of the 7P Marketing Mix on Customer Satisfaction (Case Study at Maya Mitra Tumpeng). In this study, the analysis used is multivariate analysis, specifically multiple linear regression analysis, which consists of 7 (seven) independent variables and 1 (one) dependent variable. Therefore, the minimum sample size taken is 10 for each variable. The total sample size taken is 10 x 8 variables = 80 samples. Hence, the number of respondents in this study is 80. The analysis method used is quantitative analysis with the analysis technique applied in this study being multiple linear regression analysis. This technique is used to analyze the independent variables (X) which consist of product, price, place, promotion, people, physical evidence, process towards the dependent variable (Y) Customer satisfaction. The results of the study indicate that product (X1), place (X3), people (X5) do not have a significant impact on customer satisfaction at Maya Mitra Tumpeng store. On the other hand, price (X2), promotion (X4), process (X6), and physical evidence (X7) have a significant impact on customer satisfaction at Maya Mitra Tumpeng store.

Keywords : Customer Satisfaction, Marketing