

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (7P) TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PENGGUNA JASA DI BEATCOM LAPTOP LUMAJANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen



Eli Yunita

NIM. 214121859

**PROGRAM SARJANA STRATA I
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA GAMA LUMAJANG**

2018

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (7P) TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PENGGUNA JASA DI BEATCOM LAPTOP LUMAJANG**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran (7P) terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa di Beatcom Laptop Lumajang, baik secara parsial dan simultan. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Beatcom Laptop Lumajang. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan program SPSS 16.0 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk variabel harga, lokasi, bukti fisik, orang, proses mempunyai pengaruh dan variabel produk dan promosi tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang, proses terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa dengan koefisien determinasi (*adjusted R²*) di peroleh sebesar 0,734 yang menunjukkan bahwa 73,4% kepuasan pelanggan pengguna jasa dapat dijelaskan oleh produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang, dan proses sedangkan sisanya 26,6% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lain nya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang, kepuasan pelanggan.

THE EFFECT OF MARKETING SIZE (7P) ON CUSTOMER SATISFACTION USER IN BEATCOM LAPTOP LUMAJANG

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of marketing mix (7P) on customer satisfaction of service users in Beatcom Laptop Lumajang, both partially and simultaneously. This research is a causal associative research using a quantitative booster. The population of this research is Beatcom Laptop Lumajang customers. Sampling technique using purposive sampling method. Data analysis method used is multiple linear regression analysis method which is processed using SPSS 16.0 for windows program. The result of research shows that for price, location, physical evidence, people, process have influence and product and promotion variable have no influence to customer satisfaction of service user. While simultaneously there is influence of product, price, location, promotion, physical proof, person, process to customer service user satisfaction with coefficient of determination (adjusted R²) obtained by 0,734 indicating that 73,4% customer satisfaction service user can explained by product , price, location, promotion, physical proof, person, and process while the rest 26.6% customer satisfaction is influenced by other variables that are not examined in this research.

Keywords: product, price, location, promotion, physical proof, person, customer satisfaction.

