

ABSTRAK

ANALISIS BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK NAAVAGREEN SKIN CARE DI SURAKARTA

Septriana Sulistianti, 2013081003
Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Bisnis dan Komunikasi,
Universitas Sahid Surakarta

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bauran pemasaran (X) yang terdiri dari empat variabel yaitu produk, harga, promosi dan tempat terhadap kepuasan pelanggan (Y). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kuantitatif, hasil uji regresi bahwa keempat variabel independen yaitu produk, harga, promosi, dan tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pengujian hipotesis menggunakan uji t diketahui bahwa semua variabel independen mempunyai signifikan kurang dari 0,50. Kemudian melalui uji F diketahui bahwa keempat variabel independen terbukti mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, besarnya nilai F 3,741 dengan nilai signifikan $0,007 < 0,05$. Dari perhitungan koefisien determinasi sebesar 74,1% mengenai kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 25,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

Kata kunci: Produk, Harga, Promosi, Tempat, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

THE ANALYZE OF MARKETING MIX ON THE CUSTOMER'S SATISFACTION TO NAAVAGREEN'S SKIN CARE PRODUCT IN SURAKARTA

Septriana Sulistianti, 2013081003

Study program bussiness administration, bussiness and communication faculty
Sahid University of Surakarta

This research is aims analyze marketing mix (X) that has four variables. They are product, price, promotion, and place of the customer's satisfaction (Y). This is a descriptive research that uses quantitative method, the result of regrestion test that four independent variabel which are product, price, promotion, and place has positive and significant to the customer's satisfaction. The hipotesis using t test knowing that independent variabel has a significant test than 0,05. And then using F test that the independent variabels are have significant to the customer's satisfaction with value F test 3,741 anf significant value of $0,007 < 0,05$. They value determination coefecient 74,1% about customer's satisfaction, can be explained by the four independent variables that are used in regrestion. And the last 25,9% is explained by another variable out side of the research.

Keyword: Product, Price, Promotion, Place, Customer's Satisfaction.