

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PASAR TRADISIONAL LANDUNGSARI (DI JL. TIRTO RAHAYU, LANDUNGSARI, DAU, MALANG JAWA TIMUR)

Natalia

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang

Email: natalializa328@gmail.com

ABSTRAK

Bauran pemasaran sebagai salah satu kegiatan promosi usaha yang bertujuan untuk meningkatkan minat pelanggan membeli produk. Implementasi bauran pemasaran akan memberikan nilai tambah bagi produk, menciptakan kepuasan konsumen dan mempertahankan usaha untuk bersaing di pasaran. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh strategi bauran pemasaran (produk, harga, promosi dan tempat) terhadap kepuasan konsumen pada Pasar Tradisional Landungari Malang secara parsial dan simultan.

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif. Penentuan sampel penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* sehingga didapatkan sampel penelitian sebanyak 30 orang konsumen. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah kuesioner. Metode analisa data yang di gunakan yaitu regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen sebesar 3,820, harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen sebesar 3,023, promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen sebesar 3,450, tempat berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen sebesar 2,835. Hasil penelitian secara simultan bauran pemasaran yang diukur berdasarkan produk, harga, promosi dan tempat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pasar Tradisional Landungari Malang sebesar 6,272 atau 68,9%. Adapun yang perlu di perhatikan pedagang pasar harus menjaga kualitas dan kebersihan produk sehingga mampu meningkatkan kepuasan sehingga konsumen loyalitas untuk berlangganan membeli produk tersebut.

Kata Kunci: *Bauran Pemasaran, Harga, Kepuasan Konsumen, Pasar Tradisional, Produk, Promosi, Tempat*

DAFTAR PUSTAKA

- David, Fred, 2009. *Manajemen Strategi, Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Phillip dan Gary Amastrong. 2007. *Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Custemer Service Satisfaction & Call Center*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.