

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK MAKANAN PADA AREA *CAR FREE DAY* KOTA MALANG

Pindy Laeli Nurul Hudha

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tunggaladewi

Email : pindylaeli08@gmail.com

ABSTRAK

Bauran pemasaran adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan kombinasi dari empat *input* yang merupakan inti dari sistem pemasaran organisasi. Keempat elemen tersebut adalah penawaran produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi. Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor penting dalam menciptakan keberhasilan sebuah bisnis. Secara umum, kepuasan adalah suatu perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi secara pengaruh bersama-sama dan mengetahui variabel mana yang berpengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen produk makanan pada area *car free day*. Instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuesioner. populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang ada pada area *car free day* kota malang yang jumlahnya tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 50 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh produk, harga, tempat dan promosi yang positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada area *car free day* kota malang dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Terdapat pengaruh produk yang positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada area *car free day* kota malang dengan nilai signifikansi sebesar 0,009. Hasil koefisien determinasi menunjukkan *R Square* sebesar 480 yang berarti bahwa pengaruh variabel produk, harga tempat, promosi secara simultan terhadap kepuasan konsumen adalah 48 % dan sisanya 52 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Produk, Harga, Tempat, Promosi, Kepuasan Konsumen*

DAFTAR PUSTAKA

- Bisri dan Herlin Widasiwi S. 2018. “Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Jasa terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BNI Syariah Kantor Cabang Cinere)” *dalam Jurnal Moneter Vol. V No. 1.*
- Cory, Caroline dkk. 2016. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Kepada Konsumen Kendaraan Merek Toyota di Univeritas Brawijaya Malang)” *dalam Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 30 No. 1.*
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ketujuh.* Semarang : Universitas Diponegoro.
- Koestoro, Budi dan Basrowi. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Kediri : Jenggala Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Gerry Armstrong, 2014, *Principle Of Marketing, 15th edition.* New Jersey : Pearson Pretice Hall.
- Rahardjo, S. B dan Ngadino Surip, 2017. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan, Studi Kasus Di PT. PGC Cikarang”. *Dalam Jurnal Teknologi Pelita Bangsa-Sigma.* Vol. 6 Nomor 1 Maret 2017 ISSN :2407-3903.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods).* Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *SPSS untuk penelitian.* Yogyakarta : Pustaka baru Press
- Suri Amilia dan Ayu Novianti, 2016. “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha di Kota Langsa”. *Dalam Jurnal Manajemen Dankeuangan, Vol.5, No.1.*