**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK MIE SAGU DI LINGKUNGAN UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI MALANG**

Magsima Liani

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tunggadewi

E-mail: [magsima.liani@gmail.com](mailto:magsima.liani@gmail.com)

**ABSTRAK**

*Marketing mix* merupakan serangkaian alat pemasaran yang terdiri atas empat unsur yaitu produk, harga, tempat dan promosi. Keempat unsur tersebut saling berhubungan satu sama lain, sehingga harus menghasilkan suatu kebijakan pemasaran yang mengarah kepada layanan efektif dan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *marketing mix* (produk, harga, tempat dan promosi) terhadap kepuasan konsumen pada produk mie sagu di lingkungan Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang. Penelitian ini dilakukan di lingkungan Universitas Tribhuana Tunggadewi Malang. teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi dan studi pustaka. Instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuesioner. Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 82 responden dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: pertama terdapat pengaruh produk, harga, promosi, dan tempat yang positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada produk mie sagu di lingkungan Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang, kedua terdapat pengaruh produk yang positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada produk mie sagu di lingkungan Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang.

**Kata Kunci:***Marketing Mix (Produk, Harga, Tempat dan Promosi), Kepuasan Konsumen*

**DAFTAR PUSTAKA**

Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Badung: Alfabeta.

Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.

Daryanto dan Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang: Gava Media.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, P. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jakarta : Erlangga.

Kotler, P. dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga

Kotler, P., & Gary Armstrong. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Prenhalindo.

Kotler, P and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.

Prihatminingtyas, B . 2016. “Analisis Usaha Kecil Makanan Minuman di Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang”. *Dalam Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Universitas Tribhuwana Tunggadewi*. *Vol. 2 No. 4: 1-6/10-15*.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.