

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA UKM PIA TULIP MALANG

by Angelina Henceni

Submission date: 19-Mar-2020 10:30PM (UTC+0800)

Submission ID: 1278141473

File name: ARAN_TERHADAP_KEPUASAN_KONSUMEN_PADA_UKM_PIA_TULIP_MALANG-2.docx (25.26K)

Word count: 613

Character count: 4140

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA UKM PIA TULIP MALANG

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan yaitu perlu menganalisa pengaruh produk, harga, tempat, promosi secara parsial dan pengaruh produk, harga, tempat, promosi secara simultan bagi kepuasan pelanggan pada UKM pia tulip malang. dalam penelitian ini menggunakan merupakan penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan sampel menggunakan rumus menyaran untuk besarnya sampel penelitian adalah jika peneliti harus melakukan analisa dengan *multivariate*, akan seluruh banyaknyaa sampel harus 10 kali dari seluruh variabel yang diteliti. Teknik pengumpulan data menggunakan *survey*, wawancara, dokumentasi, kuisioner, studi kepustakaan. Skala pengukuran menggunakan skala likert. Uji keabsahandata digunakan uji validitas dan uji releabilitas. Cara analisis data melalui penjabaran regresi linier berganda dengan bantuan *SPSS* versi 22. data penelitian menyatakan untuk secara simultan *marketing mix* berpengaruh baik signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 92,3 %. Sedangkan secara parsial *marketing mix* yang merupakan produk untuk tingkat signifikansi $0,734 > 0,05$ dikatakan tidak berpengaruh terhadap kepuasan, harga terdapat tingkat signifikansi $0,096 > 0,05$ dikatakan tidak berpengaruh terhadap kepuasan, tempat dengan tingkat signifikansi $0,003 < 0,05$ dikatakan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan, dan promosi dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dikatakan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Maka UKM pia tulip harus meningkatkan strategi bauran pemasarannya agar kepuasan konsumen mendapat kenaikan.

2 BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bagaimana setiap perusahaan akan memperbaiki agar produk yang diproduksi akan sesuai dengan keinginan. *Marketing mix* merupakan suatu usaha, bawasannya barang yang akan didapat agar dapat diterima dan menarik penjualan. Dalam perusahaan mengetahui keinginan dari pasar akan melakukan *Marketing mix*, mendapati keadaannya bagaimana memproduksi produk, harga, penempatan lokasi yang strategis dan penggunaan promosi untuk memperkenalkan produk yang didapat.

Kotler dan Armstrong, (20012:62) mengatakan *Marketing mix* adalah serangkaian upaya dalam menciptakan respon pada pasar akan dituju, dimana terdiri dari pengelolaan produk, harga, lokasi dan promosi. Kepuasan konsumen yaitu keinginan penting dari perusahaan, akan kepuasan, perusahaan akan memahami produk akan dihasilkan bisa didapat dengan baik di pasaran. Serta kepuasan diharapkan konsumen akan melaksanakan pembelian ulang.. kepuasan merupakan ekspresi perusahaan melewati seorang konsumen sesudah mengetahui atau melihat kegunaan dari produk yang dibeli dapat memberikan manfaat.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sudah membagikan peran yang sangat berharga dalam memberikan kontribusi pekerjaan dan penghasilan untuk rakyat Indonesia. Kecuali, pembangunan dan pemberdayaan yang berjalan harus dikerjakan terhadap nya supaya UKM tidak semata-mata berkembang dalam jumlah tetapi juga meningkat dalam kualitas dan persaingan barangnya. Berikutnya pada paparan strategis, Kementerian Koperasi dan UKM telah merancang program strategis Pembangunan UKM.

6 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah suatu paparan pada pengenalan masalah dan hambatan masalah.. Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan diatas adalah sebagai berikut :

1. Apakah *marketing mix* yang mencakup produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada UKM pia Toulip ?
1. Apakah *marketing mix* yang mencakup produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada UKM Pia Toulip.

2 1.3 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa *marketing mix* yang mencakup produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

2. Untuk menganalisa *marketing mix* yang mencakup produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun fungsi dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Bagi Peneliti

Dapat memahami pengaruh marketing mix terhadap kepuasan pelanggan dan menjadi sarana untuk menambah wawasan peneliti.

- b. Bagi Akademik

Bisa dijadikan untuk bacaan untuk peneliti seterusnya dan dapat dijadikan panduan penulisan proposal penelitian seterusnya.

- c. Bagi Masyarakat

Bisa dijadikan sebagai penjelasan tentang pengaruh bauran pemasaran Pia Toulip Malang.

- d. Bagi Peneliti Yang Akan Datang

Bagaimana dampak penelitian ini dapat berguna untuk bahan kajian atau bahan perbedaan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian selaras bagaimanapun penelitian yang lebih luas

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA UKM PIA TULIP MALANG

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

21%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Universitas Putera Batam

Student Paper

9%

2

johannessimatupang.wordpress.com

Internet Source

4%

3

Submitted to Universitas Muria Kudus

Student Paper

2%

4

Submitted to Universitas Negeri Semarang

Student Paper

2%

5

id.123dok.com

Internet Source

1%

6

eprints.perbanas.ac.id

Internet Source

1%

7

Submitted to iGroup

Student Paper

1%

8

jurnalmahasiswa.unesa.ac.id

Internet Source

1%

9

Submitted to Universitas Terbuka

Student Paper

1%

10

Submitted to STIE Perbanas Surabaya

Student Paper

1%

11

Ismiyati Ismiyati. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Wisatawan Untuk Mengunjungi Sendratari Ramayana Prambanan Di Prambanan", Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis, 2016

Publication

1%

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA UKM PIA TULIP MALANG

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4
