

ABSTRACT

Fitri , 2014 "the effect of Marketing Mix Strategi Of Madinah Hotel Pamekasan Consumer Satisfaction". Under the guidance of Mr. Bambang Setiyo pambudi, SE., MM. And Mr. Fathor As. SE., MM.

The purpose of this study was to determine whether the Marketing Mix Strategy which consists of product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process influence either simultaneously or partially on consumer satisfaction and to determine which the variables price are the dominant influence on the consumer satisfaction Madinah Hotel Pamekasan. The hypothesis is marketing mix strategy consisting of product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process have a significant effect either simultaneously or partially on consumer satisfaction. While the dominant variable is price.

With a sample of 80 respondents. Data analysis techniques used for this hypothesis is meguji Linear regression using the F test and t test. Based on the research results of Linear regression models systematically as follows:

$$Y = 1,024 + 0,124X_1 + 0,169X_2 + 0,152X_3 + 0,130X_4 + 0,080X_5 + 0,124X_6 + 0,086X_7 + e$$

Results showed simultaneous analysis using the F test marketing mix consists of product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process together or partially have a significant influence on Madinah Hotel Pamekasan consumer satisfaction. It can be concluded that in order to improve the students' satisfaction should increase the marketing mix strategy that consists of product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process to prioritize the price because it has a dominant influence.

keywords : Marketing Mix and Consumer Satisfaction

ABSTRAK

Fitri, 2014 “Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Madinah Pamekasan”. Dibawah bimbingan Bapak Bambang Setiyo Pambudi, SE., MM. Dan Bapak Fathor As. SE., MM.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Strategi Bauran Pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses berpengaruh baik secara simultan maupun secara parsial terhadap kepuasan konsumen dan untuk mengetahui variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen Hotel Madinah Pamekasan. Hipotesis yang diajukan adalah Strategi Bauran Pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses berpengaruh signifikan baik secara simultan maupun secara parsial terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel yang dominan adalah harga.

Dengan sampel sebanyak 80 responden. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis ini adalah menggunakan regresi Linier Berganda dengan memakai uji F dan uji t. Berdasar hasil penelitian model regresi Linier Berganda secara sistematis sebagai berikut :

$$Y = 1,024 + 0,124X_1 + 0,169X_2 + 0,152X_3 + 0,130X_4 + 0,080X_5 + 0,124X_6 + 0,086X_7 + e$$

Hasil analisis penelitian menunjukkan secara simultan dengan menggunakan uji F bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan distribusi secara bersama-sama maupun secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Madinah Pamekasan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan harus meningkatkan Strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi dengan memprioritaskan harga karena memiliki pengaruh yang dominan.

Kata kunci : bauran pemasaran dan kepuasan konsumen