

ABSTRAK

Laily Nurul Hidayah. Pengaruh *Marketing Mix* jasa Terhadap Keputusan Penggunaan Salon Monica Di Pamekasan. Dibawah bimbingan Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., MM dan Yustina Chrismardani, Ssi, MM.

Kota Pamekasan merupakan kota yang sebagian besar masyarakatnya bergerak dibidang usaha, khususnya usaha salon kecantikan karena setiap wanita ingin tampil cantik, dengan kecantikan yang dimiliki seorang wanita akan lebih percaya diri, untuk saat ini banyak bermunculan salon kecantikan yang menawarkan perawatan kecantikan mulai dari ujung rambut sampai ujung kaki dengan sarana yang bagus, baik dari segi kebersihan serta kelengkapan alat-alat yang disediakan bisa menarik konsumen untuk datang, sehingga diperlukan upaya yaitu dengan menggunakan *marketing mix*.

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui pengaruh variabel *Marketing Mix* yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik dan proses terhadap keputusan penggunaan Salon Monica di Pamekasan, (2) untuk mengetahui ketujuh elemen dari variabel *Marketing Mix* yang paling besar berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Salon Monica di Pamekasan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian survei melalui wawancara terstruktur dan penyebaran kuesioner kepada 80 orang responden, yaitu pengguna Salon Monica. Teknik penarikan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*, dan dianalisis dengan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini adalah (1) Variabel produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik dan proses secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Salon Monica di Pamekasan. (2) Secara parsial produk, harga, orang, promosi dan tempat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan Salon Monica di Pamekasan, sedangkan variabel bukti fisik dan proses tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan Salon Monica di Pamekasan. (3) Ketujuh elemen dari variabel *Marketing Mix* yang berpengaruh paling besar terhadap keputusan penggunaan Salon Monica di pamekasan adalah Variabel Harga.

Kata kunci : *Marketing Mix* dan keputusan penggunaan salon.

ABSTRACT

Laily Nurul Hidayah. The effect of Marketing Mix toward the customer decisions to use Monica Salon in Pamekasan. Under the guidance of Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., MM and Yustina Chrismardani, SSI, MM.

Pamekasan city was a city which most of the people engaged in the business, especially a beauty parlor because every woman wants to look beautiful, with a beauty that was owned by a woman, she would be more confident, so many emerging beauty salons which offer beauty treatments ranging from hair to toe with great facilities, both in terms of cleanliness and completeness of the provided tools could attract consumers to come, so it required effort which was marketing mix. This study aimed to (1) determine the effect of the Marketing Mix variables consisting of product, price, place, promotion, people, physical evidence towards the decision to use Monica Salon in pamekasan., (2) to determine which one of the seven elements of the Marketing Mix variables that had greatest influence on the decisions to use Monica Salon in Pamekasan. This study used quantitative methods which was a survey research through, structured interviews and questionnaires to 80 respondents, who was the user of Monica Salon. The sampling technique used the accidental sampling technique, and the data was analyzed by multiple regression analysis. The results of this study were (1) Variable product, price, place, promotion, people, physical evidence and process together or simultaneously affect towards the decision to use Monica Salon in Pamekasan. (2) Partially product, price, people, promotion and place had a significant effects towards the decision to use Monica Salon in Pamekasan, while the physical evidence and process variables did not had significant effects the decision to use Monica Salon in Pamekasan. (3) from the seven elements of the Marketing Mix variables that had the biggest effect toward the decisions to Monica salon was the price.

Keywords: Marketing Mix and the decisions to use beauty salon.