

ABSTRAK

Kepuasan Pelanggan merupakan suatu penilaian yang baik dari pelanggan karena perusahaan telah memenuhi harapan pelanggan atau bahkan melebihi dari harapan pelanggan sebelumnya yang pengimplementasiannya menggunakan strategi-strategi pemasaran tertentu. Strategi pemasaran yang tepat perlu dilakukan untuk menciptakan suatu kepuasan pelanggan atau bahkan mewujudkan pelanggan yang loyal terhadap perusahaan seperti Bauran Pemasaran.

Secara umum, penelitian ini bertujuan mengetahui implementasi Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan menguji pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini dilakukan terhadap 3 cabang perusahaan kuliner selama satu minggu dengan sampel responden 100 orang. Pengukuran Bauran Pemasaran menggunakan 3 faktor yaitu Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Persepsi Harga. Metode analisis menggunakan Statistik Deskriptif dan Regresi Linear Berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian ini memperkuat bahwa faktor Persepsi Harga dari pelanggan merupakan poin penting bagi perusahaan untuk menciptakan Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini memberikan kontribusi mengenai penilaian Kepuasan Pelanggan dan strategi pemasaran pada faktor harga.

Keyword : Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Persepsi Harga,
Kepuasan Pelanggan, Bauran Pemasaran.