ANALISIS PENGARUH PELAYANAN DAN BAURAN PEMASARAN (PRODUK, HARGA, TEMPAT, PROMOSI) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS : COUNTER GARUDA PASARAYA)

Lucy Nancy, SE, MM

M.Hermansyah

Abstrak

Penelitian ini ditunjukan untuk menguji Analisis Pengaruh Pelayanan dan Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Tempat, Promosi) terhadap Kepuasan Konsumen pada Counter Garuda Pasaraya di Jakarta Selatan. Dalam penelitian ini populasi yang menjadi penelitian adalah seluruh konsumen yang sudah membeli di counter Garuda Pasaraya Blok-M Jakarta Selatan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel yang digunakan penelitian ini berjumlah 100 responden konsumen Pasaraya di Blok-M.

Penelitian ini memiliki enam variable, yaitu variable bebas (pelayanan, produk, harga, tempat, promosi) dan variable terikat (kepuasan konsumen). Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Rumus yang digunakan adalah rumus Hair (1998). Metode analisis yang digunakan adalh regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan rancangan uji hipotesis statistik deskriptif, baik secara parsial maupun simultan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, secara bersama-sama variabel Pelayanan, Produk, Harga, Tempat dan Promosi tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Secara parsial variabel Pelayanan, Produk, Harga, Tempat dan Promosi tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Koefisien diterminasi yaitu variabel *independent* (Pelayanan, Produk, Harga, Tempat, Promosi) dapat menjelaskan variabel *dependent* (KepuasanKonsumen) sebesar 5,1% sedangkan sisanya sebesar 94,9% (100% - 5,1% = 94,9%).

Kata Kunci : Pelayanan, BauranPemasaran (Produk, Harga,Tempat, Promosi) dan Kepuasan Konsumen.