

ABSTRAK

Abidin, Zainal. 2021. Skripsi. “**Pengaruh Bauran Pemasaran 4P (*Marketing Mix*) terhadap Kepuasan Pelanggan pada UD. Jaya Abadi Kabupaten Probolinggo**”. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian ini dilakukan pada UD. Jaya Abadi Kabupaten Probolinggo dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran 4p (*marketing mix*) terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Jaya Abadi Kabupaten Probolinggo.

Jenis penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain kuantitatif (pengukuran). Metode kuantitatif dapat menggali data dengan cara penyebaran kuesioner yang kemudian akan dilakukan analisis dengan program Software SPSS For Windows Ver 22. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan UD. Jaya Abadi yang ditemui selama Penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling* yang berjumlah 43 pelanggan dengan menggunakan Teknik *Simpel Random Sampling*.

Dengan menggunakan metode analisis data regresi linier berganda dengan uji f dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk (X_1), harga (X_2), distribusi (X_3) dan promosi (X_4) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada UD. Jaya Abadi Kabupaten Probolinggo dari perhitungan uji f diperoleh F_{hitung} 11,100 lebih besar dari F_{tabel} 2,62 dengan nilai *sig. F* = 0,000 < 0,05 selain itu *Adjust R Square* yang bernilai 0,953 atau 95,3% menunjukkan bahwa variabel Y dipengaruhi oleh variabel X, sedangkan sisanya 4,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui, dan uji t diketahui bahwa secara parsial variabel (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) diperoleh perhitungan uji t sebesar t_{hitung} 2,295 \geq t_{tabel} 1,681 dengan nilai *sig. t* = 0,003. secara parsial variabel (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) diperoleh hasil perhitungan uji t sebesar t_{hitung} 3,084 \geq t_{tabel} 1,681 dengan nilai *sig. t* = 0,005. secara parsial variabel (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) diperoleh perhitungan uji t sebesar t_{hitung} 2,802 \geq t_{tabel} 1,681 dengan nilai *sig. t* = 0,000. secara parsial variabel (X_4) berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) diperoleh perhitungan uji t sebesar t_{hitung} 2,577 \geq t_{tabel} 1,681 dengan nilai *sig. t* = 0,000. Adapun variabel yang memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel harga (X_2) dari t_{hitung} 3,084 dengan nilai *sig. t* = 0,005 lebih besar dari hasil perolehan variabel X lainnya.

Kata kunci : Distribusi, Harga, Kepuasan Pelanggan, Produk, dan Promosi.

ABSTRACT

Abidin, Zainal. 2021. Thesis. "The Influence of the 4P Marketing Mix (Marketing Mix) on Customer Satisfaction at UD. Jaya Abadi, Probolinggo Regency ". Management Study Program, Faculty of Economics, University of Panca Marga, Probolinggo.

This research was conducted at UD. Jaya Abadi Probolinggo Regency with the aim to determine the effect of the 4p marketing mix (marketing mix) on customer satisfaction at UD. Jaya Abadi, Probolinggo Regency.

This type of research is using quantitative descriptive methods. Quantitative research is findings that can be achieved (obtained) using statistical procedures or other quantitative methods (measurement). Quantitative methods can extract data by distributing questionnaires which will then be analyzed with the SPSS For Windows Ver 22 software program. The population used in this research is UD customers. Jaya Abadi who was met during the study. The sample used in this research is probability sampling, amounting to 43 customers using the simple random sampling technique.

By using multiple linear regression data analysis method with f test and t test. The results showed that the product variable (X1), price (X2), distribution (X3) and promotion (X4) had a significant effect simultaneously on customer satisfaction (Y) at UD. Jaya Abadi, Probolinggo Regency, from the calculation of the f test, it is obtained that Fcount 11.100 is greater than Ftable 2.62 with a sig. $F = 0.000 < 0.05$ besides that Adjust R Square which is valued at 0.953 or 95.3% indicates that variable Y is influenced by variable X, while the remaining 4.7% is influenced by other unknown variables, and the t test is known that partially variable (X1) has a significant effect on variable (Y), it is obtained that the t test calculation is $t \text{ count } 2.295 \geq t \text{ table } 1.681$ with a sig value. $t = 0.003$. Partially the variable (X2) has a significant effect on the variable (Y), the t-test calculation results are $t \text{ count } 3.084 \geq t \text{ table } 1.681$ with a sig value. $t = 0.005$. Partially the variable (X3) has a significant effect on the variable (Y), it is obtained that the t test calculation is $t \text{ count } 2.802 \geq t \text{ table } 1.681$ with a sig value. $t = 0.000$. partially the variable (X4) has a significant effect on the variable (Y), it is obtained the t test calculation of $t \text{ count } 2.577 \geq t \text{ table } 1.681$ with a sig value. $t = 0.000$. The variable that has the most dominant influence on customer satisfaction is the price variable (X2) from tcount 3.084 with a sig. $t = 0.005$ is greater than the results of the acquisition of other X variables.

Keywords: Distribution, Price, Customer Satisfaction, Products, and Promotion