

ABSTRAK

Rosita, Novilia. 2018. Skripsi. **Pengaruh bauran pemasaran (Produk, Harga, Promosi, Distribusi) terhadap kepuasan konsumen ASIAN Cellular Kraksaan.** Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian dilakukan di ASIAN Cellular Kraksaan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran (produk, Harga, Promosi, Distribusi) terhadap kepuasan konsumen. Responden dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang telah membeli produk di ASIAN Cellular Kraksaan yang berjumlah 96 responden.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan variabel produk (X_1), harga (X_2), promosi (X_3), distribusi (X_4), dan kepuasan konsumen (Y). Pengujian analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji instrumen, uji asumsi klasik (multikolinieritas, autokorelasi, heteroskedastisitas, normalitas), analisis regresi berganda, koefisien korelasi berganda, koefisien determinasi (R^2) dan pengujian hipotesis dilakukan dengan bantuan komputer *program SPSS 23 for Windows*.

Hasil menunjukkan bahwa pada uji F ada pengaruh signifikan antara produk, harga, promosi, dan distribusi secara simultan terhadap kepuasan konsumen ASIAN Cellular Kraksaan, hal ini dapat dibuktikan dari nilai F_{hitung} sebesar 5,143 > F_{tabel} 2,47 dengan nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,001^b. Karena nilai signifikansi (sig) jauh lebih kecil dari 0,05 (5%). Pada uji t ada pengaruh signifikan antara produk, harga, promosi, dan distribusi secara parsial terhadap kepuasan konsumen ASIAN Cellular Kraksaan karena semua variabel bebas (produk, harga, promosi, dan distribusi) mempunyai nilai t_{hitung} > dari t_{tabel} 1,986 dengan nilai signifikansi (Sig) < 0,05. Pada uji dominan variabel harga yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen ASIAN Cellular Kraksaan karena *Standardized Coefficients* *Betavariabel* Harga (X_2) = 0,260 nilai tersebut lebih besar dari variabel produk (X_1) = 0,201, variabel (X_3) = 0,217 dan variabel distribusi (X_4) = 0,229. Sedangkan nilai t_{hitung} sebesar 2,739 lebih besar dari nilai t_{hitung} variabel bebas lainnya.

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