

## ABSTRAK

Amalia Rizky, 2018. Skripsi. “**Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Tape Priscylia Kota Probolinggo**”. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian ini dilakukan pada Tape Priscylia Kota Probolinggo dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan secara parsial antara bauran pemasaran (*marketing mix*) ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) pada Tape Priscylia Kota Probolinggo, dan untuk mengetahui bauran pemasaran (*marketing mix*) ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ), berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) pada Tape Priscylia Kota Probolinggo.

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, dengan jumlah responden sebanyak 63 responden. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Pengujian data menggunakan SPSS 17 berupa uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasil uji validitas dan reliabilitas dan menunjukkan 18 item pertanyaan dinyatakan valid dan reliabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh antara bauran pemasaran (*marketing mix*) dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Tape Priscylia Kota Probolinggo. Hasil yang ditunjukkan dengan persamaan regresi berganda yaitu  $Y = 0,19 + 0,119 X_1 + 0,890 X_2$ , dan berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan  $2,965 > 2,001$ . Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara bauran pemasaran (*marketing mix*) terhadap kepuasan konsumen pada Tape Priscylia Kota Probolinggo. Dan hasil pengujian hipotesis secara simultan menunjukkan  $924,727 > 3,153$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $H_1$  (Hipotesis 1) ada pengaruh signifikan antara bauran pemasaran (*marketing mix*) dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Tape Priscylia Kota Probolinggo. Variabel dominan yang berpengaruh adalah kualitas pelayanan, hal ini ditunjukkan dari nilai *Standardized Coefficients Beta* variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) = 0,917 nilai lebih besar dari *Standardized Coefficients Beta* bauran pemasaran (*marketing mix*) ( $X_1$ ) = 0,94. Kepuasan konsumen 50% dipengaruhi oleh bauran pemasaran (*marketing mix*) dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya 50% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

**Kata Kunci :** Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*), Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen