

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI KANTIN UNIVERSITAS TRIBHUWANA
TUNGGADEWI KOTA MALANG**

SKRIPSI



OLEH:

LUDGARDIS SUARTIN SURU

NIM:2016120102

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI

MALANG

2020

RINGKASAN

Untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen membeli produk secara berulang-ulang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh produk, harga, lokasi, promosi, sumber daya manusia, bukti fisik dan proses terhadap kepuasan konsumen di Kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang secara parsial dan simultan. Hasil penelitian menunjukkan X1, X2, X3, X4, X5, X6, dan X7 secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sedangkan secara simultan (bersama-sama) produk, harga, lokasi, promosi, sumber daya manusia, bukti fisik dan proses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang dengan nilai $F_{hitung} = 4,083$ atau sebesar 61,9%. Adapun yang perlu diperhatikan dalam kegiatan bauran pemasaran yaitu menjual produk dengan harga terjangkau, menjaga lokasi usaha tetap bersih, memberikan informasi manfaat produk, menjual produk sesuai kualitas sehingga mampu meningkatkan pendapatan dan pentingnya menerapkan sumber daya manusia yang tepat.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran 7P, Bukti Fisik, Harga, Kepuasan Konsumen, Lokasi, Produk, Promosi, Proses, Sumber Daya Manusia.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran ialah suatu tindakan menyeluruh, teratur, terencana, yang dilakukan oleh lembaga dalam melakukan upaya agar bisa membantu permintaan pasar. Menurut Prihatminingtyas, B. (2019) Mengatakan bahwa pengertian bisnis pemasaran yang mencakup antara lain produk, promosi, penjualan, dan distribusi.

Kotler dan Amstrong (2015) mengungkapkan dalam pemasaran dikenal istilah bauran pemasaran yang terdiri dari variabel produk, harga, tempat, promosi, SDM, Bukti fisik dan proses. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal, pelaku bisnis harus memberikan nilai kepuasan dengan produk yang ditawarkan dengan harga kompetitif dan produk berkualitas (Prihatminingtyas, B. 2016).

Perusahaan diminta untuk mengakui pelanggan menjadi salah satu faktor penting dalam pasar.

Prihatminingtyas B. (2017) menyatakan bahwa pelaku bisnis harus dapat menganalisis kepuasan pelanggan, sementara konsumen menentukan apakah suatu produk berkualitas atau tidak. Pelaku bisnis harus mengetahui sesuatu yang dianggap penting dalam kualitas produk, sehingga dapat memuaskan konsumen.

Peneliti bermaksud melakukan penelitian pada kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi Dengan Judul “ **Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang** ”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitiannya sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen di kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi?
3. Bagaimana pengaruh Lokasi terhadap kepuasan konsumen di kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi?
4. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen di kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi?
5. Bagaimana pengaruh Sumber Daya Manusia terhadap kepuasankonsumen di kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi?
6. Bagaimana pengaruh Bukti Fisik terhadap kepuasan konsumen di kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi?
7. Bagaimana pengaruh proses terhadap kepuasan konsumen di kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian hendak dicapai adalah.

1. Mengetahui pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen di kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi.
2. Mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi.

3. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi.
4. Mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen di kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi.
5. Mengetahui pengaruh SDM terhadap kepuasan konsumen di kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi.
6. Mengetahui pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen di kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi.
7. Mengetahui pengaruh proses terhadap kepuasan konsumen di kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi.

1.4 Manfaat Penelitian.

Manfaat dalam penelitian, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa penelitian ini dapat menjadi referensi dan mampu menyumbangkan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan.
2. Bagi kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi, / Institusi, /pelaku usaha, diharapkan dapat memberikan umpan balik mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan tambahan dan masukan dalam menindak lanjuti penelitian yang sama ditempat yang berbeda, dengan cara mengembangkan variabel penelitian yang ada.