

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strategi Pemasaran Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Caffee Petro Dollar Lhokseumawe). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu produk, harga, tempat dan promosi sebagai variabel independent serta kepuasan konsumen sebagai variabel dependen, Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan cara membagikan kuisioner kepada 105 responden yang dipilih menggunakan tehnik *Icidental sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel tempat berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan variabel produk, harga dan promosi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen dan secara simultan variabel produk, harga, tempat dan promosi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Produk, Harga, Tempat, Promosi

ABSTRACT

This study aims to analyze Marketing Mix Marketing Strategy on Consumer Satisfaction (Case Study on Caffee Petro Dollar Lhokseumawe). The variables used in this study are product, price, place and promotion as independent variables and consumer satisfaction as the dependent variable, This study uses primary data obtained by distributing questionnaires to 105 respondents selected using Icidental sampling techniques. The data analysis method used is multiple linear regression. Based on the results of hypothesis testing in this study shows that partially the variables of place have an effect and are significant on consumer satisfaction, while the variables of product, price and promotion have no effect and are not significant on consumer satisfaction and simultaneously the variables of product, price, place and promotion have an effect and are significant on consumer satisfaction.

Keywords : Consumer Satisfaction, Product, Price, Place, Promotion