

ABSTRAK

Upaya yang dilakukan perusahaan tersebut bertujuan agar konsumen merasa puas dan akan menjadi pelanggan bagi perusahaan, hal ini selain bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan juga sebagai upaya mendapatkan serta meningkatkan pendapatan dan keuntungan bagi perusahaan, yang dapat diperoleh melalui kegiatan penjualan kualitas produk (barang atau jasa), harga, promosi dan lokasi yang dihasilkan oleh perusahaan. Untuk memperoleh hal tersebut di atas, maka perusahaan harus berupaya menciptakan permintaan terhadap kegiatan pemasaran.

Jenis penelitian ini adalah penelitian survey yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi, dengan menggunakan riset lapangan dan menyebarkan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok, kemudian data yang diperoleh dibahas dan diuraikan secara sistematis sehingga diperoleh kesimpulan.

Penelitian ini bertujuan mencari tahu pengaruh antara kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Responden pada penelitian ini berjumlah 92 orang. Berdasarkan pada data yang dikumpulkan dan serangkaian analisis, terdapat pengaruh variabel kualitas produk, harga, promosi, lokasi terhadap variabel kepuasan pelanggan secara parsial, terdapat pengaruh variabel kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap variabel kepuasan pelanggan secara simultan.

ABSTRACT

Efforts by the company are aimed at making consumers feel satisfied and will become a customer for the company, this is in addition to aim to maintain the viability of the company as well as efforts to gain and increase revenues and profits for the company, which can be obtained through the sale of quality products (goods or services), price, promotion and location generated by the company. To obtain the foregoing, the company must seek to create demand for marketing activities.

This research is a survey research is research that takes a sample of the population, using field research and disseminate the questionnaire as the main data collection tool, then the data obtained are discussed and explained systematically in order to obtain conclusions.

This study aims to find out the influence of the quality of products, prices, promotions and location of customer satisfaction. Respondents in this study amounted to 92 people. Based on the data collected and a series of analyzes, there are variables influence the quality of product, price, promotion, location to variable customer satisfaction partially, there is the influence of the variable quality of product, price, promotion and location to variable customer satisfaction simultaneously.