

ABSTRAK

Novita Iriani Belinan Lamanuk

Skripsi

Pengaruh Bauran pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Serta
Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Kampoeng Roti Di Surabaya

Roti merupakan produk yang diperoleh dari adonan tepung terigu yang difermentasi dengan ragi roti dan dipanggang, dengan atau tanpa penambahan makanan lain dan bahan tambahan makanan yang diizinkan. Jam kerja yang padat dan kesibukan tinggi menuntut masyarakat Indonesia untuk mendapatkan asupan energy yang cepat. Roti merupakan makanan yang bersifat praktis dan mudah didapat dengan harga terjangkau. Hal tersebut sesuai kebutuhan masyarakat Indonesia yang membutuhkan makanan cepat saji dan praktis, serta dapat memberikan energy yang cukup, hal ini menyebabkan permintaan pasar akan produk bakery semakin meningkat dan mendorong pertumbuhan industri bakery di Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 115 responden dengan teknik non-probability sampling yaitu snowball sampling. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan AMOS versi 20.0 untuk mengetahui pengaruh variabel Harga (X1), Produk (X2), Lokasi (X3), Promosi (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y1) serta Kepuasan Konsumen pada Kampoeng Roti. Dari hasil analisis diketahui bahwa Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai probability 0.691, Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai probability 0.022, Lokasi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai probability 0.639, Promosi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai probability 0.460 serta Keputusan pembelian berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai probability 0.000. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diterima adalah hipotesis 2 dan 5.

Kata Kunci: Harga, Produk, Lokasi, Promosi, Keputusan Pembelian, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Novita Iriani Belinan Lamanuk

Thesis

The Influence of the Marketing Mix on Purchasing Decisions and the Impact on Consumer Satisfaction in Kampoeng Roti in Surabaya

Bread is a product that obtained from a wheat flour dough that is fermented with bread yeast and baked, with or without the addition of other foods and allowed food additives. Dense working hours and high busyness demands Indonesian people to get fast energy intake. Bread is a food that is practical and easy to obtain at affordable prices. This is in accordance with the needs of Indonesian people who need fast food and practical, also provides enough energy, this causes the market demand for bread products to increase and encourage the growth of the bread industry in Indonesia. This research was conducted by distributing questionnaires to 115 respondents with a non-probability sampling technique, snowball sampling. Data analysis techniques used in this study are using AMOS version 20.0 to determine the effect of Price (X1), Product (X2), Location (X3), Promotion (X4) to Purchase Decisions (Y1) and Consumer Satisfaction in Kampoeng Roti. From the results of the analysis note that the price does not affect the Purchase Decision with a probability value of 0.691, the Product influences the purchase decision with a probability value of 0.022, Location does not affect the Purchase Decision with a probability value of 0.639, Promotion does not affect the Purchase Decision with a probability value of 0.460 and the Purchase Decision affect Consumer Satisfaction with a probability value of 0,000. Based on these results it can be concluded that the accepted hypothesis is hypotheses 2 and 5.

Keywords: Price, Product, Location, Promotion, Purchase Decisions, Consumer Satisfaction