

## RINGKASAN

**Arsam Rezki (08320200053). Pengaruh Strategi *Marketing Mix* Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Kedai *Cake Chocolicious* Cabang Perintis Kemerdekaan Di Kota Makassar) dibimbing oleh Ibu Nurliani dan Bapak Abdul Haris**

*Marketing Mix* merupakan salah satu konsep utama dalam pemasaran modern, yang memiliki peranan penting dalam mempengaruhi pelanggan untuk membeli produk dan jasa yang ditawarkan pasar, oleh karena itu *Marketing Mix* dikatakan sebagai suatu perangkat yang akan menunjukkan tingkat keberhasilan pemasaran. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa dan penilaian komparatif terhadap produk setelah membandingkan antara persepsi dan kinerja dari produk tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Mendeskripsikan strategi pemasaran *Marketing Mix* yang diterapkan Kedai *Cake Chocolicious* di Kota Makassar. (2) Mendeskripsikan tingkat kepuasan konsumen pada pembelian di Kedai *Cake Chocolicious* di Kota Makassar. (3) Menganalisis pengaruh strategi *Marketing Mix* (Produk, Price, Promosi, dan Place) yang diterapkan Kedai *Cake Chocolicious* secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen. (4) Menganalisis pengaruh strategi *Marketing Mix* (Produk, Price, Promosi, dan Place) yang diterapkan Kedai *Cake Chocolicious*, secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Kedai *Cake Chocolicious* menerapkan strategi *Marketing Mix* yang meliputi Produk, Harga, Tempat dan Promosi dengan baik. Produk yang ditawarkan memiliki variasi yang menarik dan berkualitas, harga yang kompetitif, lokasi yang strategis dan mudah diakses, serta promosi yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kedai tersebut memahami pentingnya elemen-elemen dalam *Marketing Mix* untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. (2) Tingkat kepuasan konsumen di Kedai *Cake Chocolicious* cukup tinggi. Konsumen merasa puas dengan kualitas produk, pelayanan, dan pengalaman keseluruhan saat berkunjung ke kedai.

Kepuasan ini berkontribusi pada loyalitas konsumen dan mereka untuk merekomendasikan produk kedai Cake Chocolicious kepada orang lain. (3) Strategi pemasaran Marketing Mix (Produk, Harga, Tempat dan Promosi) yang diterapkan oleh Kedai Cake Chocolicious secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari analisis uji serempak yang menunjukkan bahwa nilai uji- F yang signifikan pada setiap elemen dalam Marketing Mix berkontribusi terhadap pengalaman konsumen. Seperti, produk yang berkualitas tinggi dan bervariasi, harga yang kompetitif, lokasi yang strategis, serta promosi yang efektif, semuanya berperan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. (4) Strategi pemasaran Marketing Mix (Produk, Harga, Tempat dan Promosi) yang diterapkan oleh Kedai Cake Chocolicious secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Setiap elemen dari Marketing Mix memiliki kontribusi yang berbeda namun saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Berikut adalah penjelasan mengenai pengaruh masing-masing elemen. (a) Produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Kualitas dan variasi produk yang ditawarkan oleh Kedai Cake Chocolicious sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Produk yang menarik dan berkualitas tinggi cenderung meningkatkan kepuasan. (b) Harga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Penetapan harga yang kompetitif dan sesuai dengan nilai yang diberikan oleh produk juga berkontribusi pada kepuasan konsumen. Konsumen merasa puas mendapatkan produk berkualitas dengan harga yang wajar. (c) Promosi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Aktivitas promosi yang efektif membantu dalam mengkomunikasikan nilai produk kepada konsumen, sehingga menciptakan permintaan dan meningkatkan kepuasan melalui kesadaran dan pengetahuan tentang produk. (d) Tempat memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Lokasi yang strategis dan aksesibilitas Kedai Cake Chocolicious juga berperan penting dalam kepuasan konsumen. Konsumen lebih

cenderung merasa puas karena mudah mengakses produk yang mereka inginkan.

**Kata kunci :** *Marketing Mix*, Kepuasan Konsumen