

ABSTRAK

SUCI AFRIANI SARI, “Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Harsinta Istana Electronics di Makassar”. Pembimbing H. Salim Basalamah dan Muh. Amir.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran yang terdiri atas *product, price, place, dan promotion* dan kualitas pelayanan yang terdiri atas *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empati* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta faktor mana yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, baik itu untuk dimensi bauran pemasaran dan kualitas pelayanan serta keseluruhan variabel.

Penelitian ini merupakan survei terhadap pelanggan PT. Harsinta Istana Electronics di Makassar. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individual dengan sampel sebanyak 100 responden dan data di analisis menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan (uji F) bauran pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Harsinta Istana Electronics di Makassar. Sedangkan secara parsial (uji t) *Product* yang berkontribusi paling dominan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu untuk dimensi bauran pemasaran, *Product* yang paling dominan berpengaruh dan untuk dimensi kualitas pelayanan, variabel *Reliability* yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Harsinta Istana Electronics.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

SUCI AFRIANI SARI, “The Influenced of Mix Marketing and The Quality of Service To Costumer Satisfaction of PT. Harsinta Istana Electronics In Makassar”. Supervised by H. Salim Basmalah and Muh. Amir.

The purpose of this research is for know the influenced of mix marketing which consist of *product, price, place, and promotion* and the quality of service which consist of *tengibles, reliability, responsiveness, assurance, and emphaty* in simultaneously have a significant effect on customer satisfaction. And factors which are the most dominant impact on customer satisfaction, either to dimensions of mix marketing and the quality of service along with the variables.

This research is survey of customer from PT. Harsinta Istana Electronics In Makassar. Unit analysis in this research is an individual basis with the sample as much as 100 respondents and analysis data made use of SPSS program.

This result showed for simultaneously (F test) mix marketing and the quality of service have a significant effect on customer satisfaction of PT. Harsinta Istana Electronics in Makassar. Meanwhile, for partial (T test) *product* that contribute most dominant of customer satisfaction. In addition to the mix marketing, *product* of the most dominant influence and to the dimensions of the quality of service, variables *reliability* the most dominant impact on customer satisfaction of PT. Harsinta Istana Electronics in Makassar.

Keyword : mix marketing, quality of service, customer satisfaction