**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HOTEL CAVINTON YOGYAKARTA**

**Nurul Isnaini Amannah**

**Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta**

**Abstrak**

Penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Cavinton Yogyakarta”, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel bauran pemasaran jasa yang terdiri dari *product, price, people, physical evidence,* dan *process* terhadap kepuasan konsumen baik secara simultan dan secara parsial dan mengetahui diantara variabel yang terdiri dari *product, price, people, physical evidence,* dan *process*, variabel bauran pemasaran jasa manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Hotel Cavinton Yogyakarta. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisa yang digunakan teknik analisa deskriptif dan dengan menggunakan regresi linear berganda. Sedangkan sampel yang digunakan sebesar 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian ini secara simultan variabel bauran pemasaran jasa yang terdiri dari *product* (X1), *price* (X2), *people* (X3), *physical evidence* (X4), dan *process* (X5) memiliki pengaruh bersama-sama terhadap kepuasan konsumen yang di tunjukan dari nilai signifikan hitung 0,00 < 0,05, sedangkan secara parsial dan yang paling dominan berpengaruh adalah variabel *price* yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen berdasarkan nilai *Standardized Coefficients Beta* dan t hitung yang terbesar daripada variabel yang lainnya, yaitu sebesar 0,460 dan 6,972.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran Jasa (*Product, Price, People, Physical Evidence, Process*), Kepuasan Konsumen