PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP

KEPUASAN KONSUMEN PADA AHASS 1815 GODEAN

Sri Haryati

 ABSTRAK
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada AHASS 1815 Godean. Faktor-faktor bauran yang digunakan adalah promosi (promotion), orang (people), bukti fisik (physical evidence), proses (process), yang mdihipotesiskan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada AHASS1815 Godean.

Metode analisis yang digunakan untuk menganailis pengaruh adalah promosi (promotion), orang (people), bukti fisik (physical evidence), proses (process) terhadap kepuasaan nasabah adalah dengan mengunakan analisis regresi berganda dengan bantuan program statistik SPSS for window versi 19. Hasil persamaan regresi yang terbentuk adalah Y = 6,697+ 0,204 X1 + 0,394 X2 + 0,475X3 + 0,421X4. Secara simultan variabel promosi
(promotion), orang (people), bukti fisik (physical evidence), proses (process) dapat mempengaruhi kepuasan konsumen karena nilai koefisisen uji F hitung sebesar 26,074, sedangkan secara parsial dari keempat variabel bauran pemasaran hanya variabel promosi (promotion) yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada AHASS 1815 Godean.
Kata Kunci : Bauran pemasaran yang digunakan adalah promotion, people,
physical evidence, dan process

EFFECT OF SERVICE MARKETING MIX
CUSTOMER SATISFACTION AHASS 1815 GODEAN

Sri Haryati

 ABSTRACT

This study aimed to analyze the factors of the marketing mix affects customer satisfaction in 1815 AHASS Godean. Factors mix used is promotion (promotion), people (people), physical evidence (physical evidence), process (process), the hypothetical effect on customer satisfaction in 1815 AHASS Godean.

The analytical methods used to analyze the effect of the promotion (promotion), people (people), physical evidence (physical evidence), process (process) to the satisfaction of customers is by using multiple regression analysis with the help of statistical program SPSS for windows version 19. Results of regression equation formed is Y = 6,697+ 0,204 X1 + 0,394 X2 + 0,475X3 + 0,421X4. Simultaneously promotion (promotion), people (people), physical evidence (physical evidence), process (process) may affect customer satisfaction because koefisisen value of the F test count of 26.074, while the partial of the four marketing mix variables only variables promotion (promotion), which has no effect on customer satisfaction in 1815 AHASS Godean.

Keywords: marketing mix used is promotion, people, physical evidence, and process