**ABSTRAK**

**PERBEDAAN KEPUASAN PELANGGAN PADA**

**BAURAN PEMASARAN AZNI COLLECTIONBATAM BERDASARKAN KARAKTERISTIK KONSUMEN**

**oleh:**

**Muqtafin Asngat**

**10051046**

Konsumen akan melakukan proses evaluasi terhadap konsumsi yang telah dilakukannnya. Hasil dari evaluasi pasca konsumsi adalah konsumen puas atau tidak puas terhadap konsumsi produk atau merek yang telah dilakukannya.Hal ini menunjukkan bahwa untuk dapat sukses dalam persaingan bisnis yang ketat, pihak manajemen atau perusahaan harus mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen akan produk atau jasa yang dijualnya.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) Azni Collection. Selain itu, penelitian ini juga dilakukan untuk menguji perbedaan tingkat kepuasan pelanggan terhadap bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) jika dilihat dari perbedaan karekteristik pelanggan Azni Collection.

Hasil penelitian yang dilakukan pada 100 orang konsumen Azni Collection diketahui bahwa konsumen memiliki tingkat kepuasan yang tinggi pada bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) Azni Collection. Konsumen wanita dan yang telah menikah memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi faktor produk dibandingkan konsumen dengan karakteristik yang lainnya.

Kata kunci: bauran pemasaran, produk, harga, tempat, promosi, dan kepuasan.

**PROGAM STUDI MANAJEMENFAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**YOGYAKARTA**

**2014**