

INTISARI

Pasar dunia yang semakin kompetitif, membuat dunia usaha khususnya industri obat tradisional dituntut untuk profesional, serta dapat menanggapi kebutuhan konsumen. PT Karya Pak Oles yang bergerak pada industri obat tradisional harus dapat mengetahui situasi dan mempunyai suatu keunggulan bersaing. Bauran pemasaran sangat berperan penting dalam dunia usaha saat ini, karena kepuasan dan loyalitas konsumen tercipta dari strategi yang baik oleh perusahaan. Bauran pemasaran adalah strategi pemasaran dalam manajemen produk, harga, promosi dan distribusi. Tujuan dari penelitian ini menganalisis apakah komponen dari bauran pemasaran berpengaruh positif pada kepuasan dan pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptik analitik dengan rancangan *cross-sectional*. Data dikumpulkan dengan metode *purposive sampling* menggunakan alat penelitian berupa kuisisioner dengan jumlah sampel 421 responden. Kuisisioner diuji validitas dan reliabilitasnya terhadap responden pelanggan produk buatan PT Karya Pak Oles. Hasil kuisisioner kemudian dianalisis deskriptif kualitatif untuk mengetahui karakteristik responden. Analisis kuantitatif untuk mengetahui kinerja bauran pemasaran, serta mengetahui hubungan antara bauran pemasaran dengan terhadap kepuasan dan loyalitas.

Pada penelitian didapatkan hasil bahwa setiap komponen-komponen bauran pemasaran pengaruh positif terhadap kepuasan. Produk berpengaruh positif terhadap kepuasan n ($t_{hitung} = 10,063 > t_{tabel} 1,965$; $sig = 0,000 < 0,05$). Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan ($t_{hitung} = 13,141 > t_{tabel} 1,965$; $sig = 0,000 < 0,05$). Tempat berpengaruh positif terhadap kepuasan ($t_{hitung} = 7,958 > t_{tabel} 1,965$; $sig = 0,000 < 0,05$). Promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan ($t_{hitung} = 8,699 > t_{tabel} 1,965$; $sig = 0,000 < 0,05$). Komponen bauran pemasaran (produk, harga, tempat, dan promosi) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan n ($F_{hitung} = 57,157 > F_{tabel} 2,235$; $sig = 0,000 < 0,05$). Dimana komponen bauran pemasaran yang memiliki pengaruh dominan adalah harga dan diikuti oleh produk. Kepuasan konsumen memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen PT Pak Oles di Denpasar Hal ini ditunjukkan dengan hasil regresi sederhana yaitu ($t_{hitung} = 9,670 > t_{tabel} 1,965$; $sig = 0,000 < 0,05$).

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Kepuasan, Loyalitas

ABSTRACT

The world market is increasingly competitive, making the business world, especially the traditional medicine industry professionals are required to, and can respond to the needs of consumers. PT Karya Pak Oles engaged in traditional medicine industry should be able to understand the situation and have a competitive advantage. The marketing mix is very important in today's business world, because customer satisfaction and loyalty is created from a good strategy by the company. The marketing mix is a marketing strategy in product management, pricing, promotion and distribution. The purpose of this study to analyze whether the components of the marketing mix has positive effect on satisfaction and influence of satisfaction on customer loyalty.

This study used survey method This research used descriptive analytic study with cross-sectional design. Data collected by purposive sampling method using the research tools in the form of a questionnaire with a sample of 421 respondents. Questionnaires were tested for validity and reliability of the products made by the customer respondents PT Karya Pak Oles. The results are then analyzed qualitative descriptive questionnaire to determine the characteristics of respondents. Quantitative analysis to determine the performance of the marketing mix, as well as determine the relationship between the marketing mix with the satisfaction and loyalty.

The research showed that each of the components of the marketing mix positive impact on satisfaction. Product positive effect on satisfaction ($t = 10,063 > t \text{ tabel } 1,965; \text{ sig} = 0,000 < 0,05$). Prices positive effect on satisfaction ($t = 13,141 > t \text{ tabel } 1,965; \text{ sig} = 0,000 < 0,05$). Locations positive effect on satisfaction ($t = 7,958 > 1,965 t \text{ tabel}; \text{ sig} = 0,000 < 0,05$). Promotion of a positive influence on satisfaction ($t = 8,699 > 1,965 t \text{ tabel}; \text{ sig} = 0,000 < 0,5$). The marketing mix (product, price, location, and promotions) jointly positive effect on satisfaction ($F \text{ count} = 57,157 > F \text{ tabel } 2,235; \text{ sig} = 0,000 < 0,05$). Where the marketing mix which had a dominant influence is the price and is followed by the product. Consumer satisfaction have a positive impact on customer loyalty PT Pak Oles in Denpasar This is evidenced by the results of a simple regression is ($t = 9,670 > t \text{ tabel } 1,965; \text{ sig} = 0,000 < 0,05$)

Keyword: Marketing mix, satisfaction, loyalty