

ABSTRAK

Erika Karunia, Nomor Mahasiswa 152140002, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan” (Studi pada K-Store Krakatau Junction), 2018. Dosen Pembimbing I Saaptika Kancana dan Dosen Pembimbing II Meilan Sugiarto.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada K-Store Krakatau Junction. Penelitian menggunakan tipe asosiatif kausal dengan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan K-Store Krakatau Junction. Ukuran sampel pada penelitian ini 68 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah accidental sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, analisis statistic inferensial, uji hipotesis dan uji sobel yang menggunakan metode path analysis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Ada pengaruh signifikan dari variabel Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Ada pengaruh signifikan dari variabel Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Ada pengaruh signifikan dari variabel Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Ada pengaruh signifikan dari variabel Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai sig $0,045 < 0,05$. Ada pengaruh signifikan dari variabel Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai sig $0,022 < 0,05$. Ada pengaruh signifikan dari variabel Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai sig $0,034 < 0,05$. Ada pengaruh signifikan dari variabel Promosi terhadap Loyalitas pelanggan dengan nilai sig $0,049 < 0,05$ dan ada pengaruh signifikan dari variabel Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai sig $0,027 < 0,05$. Ada pengaruh signifikan dan positif antara produk, harga, lokasi dan promosi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan secara individual di K-Store Krakatau Junction.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, K-Store Krakatau Junction harus tetap mempertahankan produk-produk yang ada dengan harga yang terjangkau, lokasi yang strategis dan promosi yang menarik untuk menciptakan kepuasan pelanggan sehingga berdampak pada loyalitas pelanggan K-Store Krakatau Junction.

Kata Kunci : *Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan*

