

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN
PELANGGAN**

**(Survey: Toko *Sparepart* dan Bengkel Motor “Apache Motor
Toili” di Kecamatan Toili, Kabupaten Banggai, Provinsi Sulawesi
Tengah)**

**GUNARDO PROBOJAKTI
DANANG YUDHANTORO, SE, M.Si**
Drs. AGUS SUKARNO, M.Si****

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

Jl. Ring Road Utara No. 104, Ngropoh, Condongcatur, Kec. Depok,
Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55283

**Corresponding author, e-mail : danang.yudhiantoro@upnyk.ac.id*

Abstrak

Bauran pemasaran merupakan suatu perangkat yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi yang menentukan tingkat keberhasilan dari pemasaran. Loyalitas dan kepuasan pelanggan merupakan hasil dari satu perusahaan yang menciptakan manfaat kepada pelanggannya, sehingga mereka akan tetap melakukan pembelian dan bahkan meningkatkan pembelian dari organisasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Sampel pada penelitian ini berfokus pada pelanggan Toko Apache Motor Toili yang berada di Kecamatan Toili, Kabupaten Banggai, Provinsi Sulawesi Tengah dengan total responden sebanyak 100 orang. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur.

Kata kunci: Bauran pemasaran, loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan