

DEWI RAHMA SARI. 2024. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen pada UMKM Minuman Sari Kedelai Bu Ade di Condongcatur Sleman Yogyakarta. Di bawah arahan Budiarto.

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk (1) mengetahui karakteristik konsumen Sari Kedelai Bu Ade, dan (2) menganalisis pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik terhadap kepuasan konsumen Sari Kedelai Bu Ade. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Metode pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik konsumen Sari Kedelai Bu Ade dan mengetahui penilaian konsumen terhadap variabel 7P dan kepuasan konsumen, sedangkan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) karakteristik konsumen Sari Kedelai Bu Ade didominasi oleh konsumen perempuan, berusia diatas 31 tahun, menempuh pendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA/Sederajat), dan bekerja sebagai karyawan swasta (2) produk, harga, promosi, orang, proses dan bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Sari Kedelai Bu Ade.

Kata Kunci: Karakteristik konsumen, bauran pemasaran, kepuasan konsumen, sari kedelai.

DEWI RAHMA SARI. 2024. *Analysis the Effect of Marketing Mix on The Consumer Satisfaction of UMKM Sari Kedelai Bu Ade at Condongcatur Sleman Yogyakarta.* Under direction by Budiarto.

ABSTRACT

This research aimed to (1) determine the characteristic of Sari Kedelai Bu Ade consumers and (2) analyze the effect of marketing mix consisting of product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence on the consumer satisfaction on Sari Kedelai Bu Ade. This research is quantitative research with survey research method. The sampling method used accidental sampling with a total sample size of 100 peoples. The types and sources data were used are primary and secondary data. Data collection method use questionnaires, interviews, observation, dan documentation. The instrument was tested for validity and reliability. Descriptive analysis techniques are used to determine the characteristics of Sari Kedelai Bu Ade consumers and to determine consumer assessments of 7P variables and consumer satisfaction, while for analyzing the effect of marketing mix on the consumer satisfaction using multiple linear regression. The result of the study showed that (1) the characteristics of Sari Kedelai Bu Ade consumers are dominated by female consumers, age over 31 years, having senior high school's education, and work as private employees (2) the variables product, price, promotion, people, process, and physical evidence has an effect on consumers satisfaction of Sari Kedelai Bu Ade.

KEYWORDS: *Consumer characteristic, marketing mix, consumers satisfaction, soya milk.*