

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI *THE HADI'S BARBERSHOP* MOJOKERTO**

Oleh :

Nabilah Nur Farin

Mahasiswa Prodi Manajemen

Ratna Dwi Jayanti, SE., MM

Dosen Pembimbing

Fakultas Ekonomi, STIE PGRI Dewantara Jombang

Email: nabilafajrin9@gmail.com

ABSTRAK

Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam memenuhi target pasarnya. Bauran pemasaran yang digunakan adalah Bauran Pemasaran 7P yang terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *people* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik). Kepuasan konsumen adalah sebuah tingkat perasaan seorang konsumen setelah membandingkan antara apa yang ia terima dengan harapan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran 7P terhadap kepuasan konsumen di The Hadi's Barbershop Mojokerto.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Metode yang akan digunakan adalah *explanatory survey*, penelitian ini menjelaskan hubungan variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Populasi penelitian ini merupakan pengguna jasa The Hadi's Barbershop. Sampel penelitian sebanyak 135 responden. Teknik *non probability sampling* yang digunakan yaitu *accidental sampling* dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Metode analisis yang digunakan menggunakan regresi linier berganda.

Hasil analisis menggunakan program SPSS menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran 7P terhadap kepuasan konsumen di The Hadi's Barbershop Mojokerto.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Kepuasan konsumen, The Hadi's Barbershop

***THE INFLUENCE OF 7P MARKETING MIX ON CONSUMER
SATISFACTION IN THE HADI'S BARBERSHOP MOJOKERTO***

By :

Nabilah Nur Farin

Management Study Program student

Ratna Dwi Jayanti, SE., MM

Supervisor

ABSTRACT

Marketing mix is a set of marketing tools used by companies to achieve marketing objectives in meeting their target market. The marketing mix used is the 7P Marketing Mix which consists of product, price, promotion, place, people, process, and physical evidence. Consumer satisfaction is a reminder of a consumer's feelings after comparing what he receives with expectations. The purpose of this study was to determine the effect of the 7P marketing mix on consumer satisfaction at The Hadi's Barbershop Mojokerto.

This research uses quantitative research. The method to be used is an explanatory survey, this study explains the relationship of variables through hypothesis testing. The population of this research is the service users of The Hadi's Barbershop. The research sample of 135 respondents. Non probability sampling technique used is accidental sampling with data collection techniques such as questionnaires, interviews and documentation. The analysis method used is multiple linear regression.

The analysis using the SPSS program states that there is a significant influence between the 7P marketing mix on consumer satisfaction at The Hadi's Barbershop Mojokerto.

Keywords : Marketing Mix 7p, consumer satisfaction, The Hadi's Barbershop