

ABSTRAK

Pada seluruh bidang bisnis, sangat penting untuk memperhatikan mengenai strategi pemasaran serta kepuasan pelanggan, salah satunya adalah pada usaha Ria Shabby Jombang yang memproduksi berbagai macam hantaran serta barang-barang keperluan pernikahan atau keperluan lamaran. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh antara variabel independen Produk, Harga, Distribusi dan Promosi terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner terhadap pelanggan Ria Shabby Jombang yang berjumlah 97 Responden dengan menggunakan teknik analisa regresi linier berganda dengan aplikasi SPSS 25 untuk mengetahui pengaruh antar variabel.

Penelitian ini mendapat hasil bahwa secara parsial Produk berhasil membuktikan bahwa memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Harga berhasil membuktikan bahwa memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Distribusi tidak berhasil membuktikan bahwa memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Promosi tidak berhasil membuktikan bahwa memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan mampu menambah pengetahuan Dan wawasan terhadap teori-teori Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan studi kasus pada rumah ria shabby jombang sedangkan secara praktis diharapkan mampu memberikan masukan bagi perusahaan mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen ketika membeli suatu produk.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Distribusi, Promosi, Kepuasan Konsumen.