

ABSTRAK

Desi Seppita Ilyas, 1005611, "Upaya Meningkatkan Kepuasan Konsumen Melalui Bauran Pemasaran Jasa di Katering Bandung Milk Center", Skripsi 2014, di bawah bimbingan Dewi Pancawati N., S.Pd., MM dan Wendy Andriatna, STP., M. Si.

Di kota Bandung saat ini perkembangan wisata kuliner sedang mengalami kemajuan yang begitu pesat terlihat dari banyaknya perusahaan – perusahaan yang bergerak di bidang jasa boga dari skala kecil hingga besar. Katering Bandung Milk Center adalah salah satu jasa industri katering di Kota Bandung yang berdiri di bawah naungan PT. AGRONESIA sejak tahun 2009 yang bergerak hanya pada penyediaan makanan katering berupa nasi box untuk ke pabrik atau perkantoran. Pada tahun 2013 adanya keluhan dari konsumen yang tidak puas atas produk serta pelayanan yang diberikan oleh katering Bandung Milk Center mengakibatkan terjadinya penurunan penjualan yang berdampak pula pada turunnya pendapatan katering Bandung Milk Center. Dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen pihak katering Bandung Milk Center mencoba menerapkan konsep pemasaran melalui bauran pemasaran jasa. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk memperoleh temuan mengenai pengaruh unsur – unsur bauran pemasaran jasa dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen di katering Bandung Milk Center. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengambil keputusan pembelian serta merasakan produk dan jasa katering Bandung Milk Center. Jenis penelitian yang digunakan deskriptif dan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 106 responden dengan teknik penarikan sample yaitu *stratified random sampling*. Teknik pengumpulan data berupa wawancara dan penyebaran angket. Variabel independent dari penelitian ini adalah bauran pemasaran jasa yang terdiri dari *product* (X1), *price* (X2), *promotion* (X3), *people* (X4) and *process* (X5) sedangkan untuk variabel dependent (Y) yaitu kepuasan konsumen. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan alat bantu software SPSS 20. Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran jasa yang terdiri dari *product*, *price*, *promotion*, *people* dan *process* memiliki pengaruh kuat terhadap kepuasan konsumen katering Bandung Milk Center. Unsur bauran pemasaran jasa yang dirasakan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai paling tinggi adalah *promotion*. Sedangkan unsur bauran pemasaran jasa yang dirasakan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai paling rendah adalah *product*. Adapun upaya serta saran – saran untuk katering Bandung Milk Center adalah dengan lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas dari produk yang akan ditawarkan kepada konsumen baik dari segi rasa, tampilan dan suhu makanan yang nantinya akan dikonsumsi oleh konsumen serta menambah varian pilihan menu agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen katering Bandung Milk Center.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran jasa, Kepuasan konsumen, Katering Bandung Milk Center

Desi Seppita Ilyas, 2015

UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN KATERING BANDUNG MILK CENTER MELALUI BAURAN PEMASARAN JASA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ABSTRACT

Desi Seppita Ilyas, 1005611, " Efforts to Improve Customer Satisfaction Thruogh Marketing Mix in Catering Bandung Milk Center ". Thesis 2014, Under Guidance of Dewi Pancawati N., S.Pd., MM and Wendy Andriatna, STP., M. Si.

In the city of Bandung at this time the development of a culinary tour having progressed so rapidly, it can be seen from the number of companies that was engaged in the field of catering service from small to large scale. Catering Bandung Milk Center is one of the industry catering service in Bandung, which stood under the PT. AGRONESIA since 2009 that engaged only in the provision of food catering for a box of rice to the factory or office. In 2013 there is a complaints from customer who are not satisfied with the products and service provided by Catering Bandung Milk Center which has resulted a decline in sales that impact the revenue decline of Catering Bandung Milk Center. In an effort to improve customer satisfaction parties of Catering Bandung Milk Center tried to apply the concept of marketing through the marketing mix. The objective is to obtain findings influence of the elements in marketing mix to increase the satisfaction customer in Catering Bandung Milk Center. The object of this research is customer who are making purchasing decisions and feel the products and services of Catering Bandung Milk Center. Type of this research is a descriptive and quantitative and for methode are using stratified random sampling and for the number of samples to be studies were 106 repondens. The data collection technique are interviews and questionnaire distribution. The independent variabel of this study is the marketing mix that consist of product (X1), price (X2), promotion (X3), people (X4) and process (X5) while the dependent variable (Y) is customer satisfaction. The data analysis technique is regression with SPSS 20.0 as the computer software. The findings of this study indicate that the marketing mix consisting of product, price, promotion, people and process have a strong influence in consumer satisfaction of Catering Bandung Milk Center. Elements of marketing mix on customer satisfaction with the highest value is promotion while the elements of marketing mix on customer satisfaction with the lowest score is the product. The effort and suggestions for Catering Bandung Milk Center is give more attention and improve the quality of products that will be offered to customer. In terms of flavour, appearance and temperature of the food that will be consumed by the customer and added an option variants of menu in order to increase customer satisfaction of Catering Bandung Milk Center.

Keywords : Marketing Mix Services, Customer Satisfaction, Catering Bandung Milk Center