https://digilib.esaunggul.ac.id

SUMMARY

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MOBIL HONDA JAZZ DI HONDA JAKARTA CENTER JAKARTA PUSAT

Created by DONY SETIAWAN

Subject : pemasaran

Subject Alt : marketing

Keyword : : konsumen; mobil; pemasaran

Description :

Dony Setiawan. “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mobil Honda Jazz Di Honda Jakarta Center Jakarta Pusat”. Penelitian ini dibimbing oleh Drs. Mudjiarto, M.Si.

Persaingan yang ketat menuntut perusahaan untuk semakin inovatif dalam mengeluarkan produk yang sekiranya disukai konsumen. Tanpa inovasi, produk suatu perusahaan bisa tenggelam dalam persaingan dengan produk-produk lain yang semakin memenuhi pasar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mobil Honda Jazz Di Honda Jakarta Center Jakarta Pusat.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobality sampling secara aksidental (sampling aksidental) yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan ketemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Berdasarkan hasil penelitian kepada 100 orang responden perhitungan koefisien korelasi, variabel Bauran Pemasaran (X) diperoleh nilai sebesar 0,965, nilai pengaruh Bauran Pemasaran tersebut menunjukkan derajat sangat kuat terhadap Kepuasan Konsumen atau dapat dikatakan Bauran Pemasaran sangat kuat berpengaruh dengan Kepuasan Konsumen di Honda Jakarta Center, Jakarta Pusat. Dengan demikian, maka apabila terciptanya kualitas produk mobil yang baik dengan harga terjangkau, dan distribusi serta promosi yang tepat, maka dapat tercipta kepuasan konsumen terhadap mobil Honda Jazz. Hal tersebut dibuktikan juga dengan diperolehnya nilai thitung sebesar 36,173 lebih besar dari ttabel yaitu n-2 atau t0,05 (98) = 1,663, maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti mempunyai cukup bukti bahwa antara variabel Bauran Pemasaran (X) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) terdapat pengaruh signifikan.

PT. Honda Prospect Motor selaku produsen hendaknya terus menyempurnakan produk mobil terutama merek Honda Jazz yang mendapat keluhan dari konsumen seperti kerasnya bantingan suspensi depan dan bunyi keran air mengalir dari lantai kabin depan ke arah kotak konsol saat AC mobil Honda Jazz dihidupkan, dan juga selalu menjaga system bauran pemasaran yang baik karena bauran pemasaran dapat menjaga kepuasan semua konsumen. Jika hal ini dapat tercapai maka konsumen yang merasa puas akan melakukan (1), merekomendasi kepada teman atau orang lain untuk mencoba produk mobil Honda Jazz, (2), mengatakan hal-hal yang positif pada keluarga, teman, dan kolega tentang produk mobil Honda Jazz, dan (3) mendorong

orang lain untuk menggunakan produk mobil Honda Jazz.

Contributor	:	Drs. Mudjiarto, M.Si
Date Create	:	19/10/2012
Type	:	Text
Format	:	pdf
Language	:	Indonesian
Identifier	:	UEU-Undergraduate-200511223
Collection	:	200511223
Call Number	:	658.8 SET a
COverage	:	Universitas Esa Unggul
Right	:	Copyright @2012 by Esa Unggul Library

Full file - Member Only

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

Contact Person :

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid (astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id)

Supervisor