

ABSTRAK

Rindo Erlangga. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan gerai McDonald's Studi Kasus di Wilayah Cipondoh, Tangerang. Pembimbing Rojuaniah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mana yang berpengaruh pada Bauran Pemasaran seperti Produk (X1), Harga (X2), Tempat (X3), Promosi (X4), Karyawan (X5), Proses (X6) dan Bukti Fisik (X7) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z) pada Gerai McDonald's di Cipondoh, Tangerang. Metode penelitian yang digunakan pada pengambilan sampel disesuaikan banyaknya jumlah item pernyataan yang digunakan dalam kuesioner tersebut dan jumlah responden yang digunakan adalah 100 responden. Responden penelitian ini adalah masyarakat yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk McDonald's di wilayah Cipondoh, Tangerang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Jalur (*Path Analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, harga, tempat, karyawan, proses dan bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Selanjutnya produk, harga, tempat dan proses berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan secara langsung. produk, harga, tempat, karyawan, proses dan bukti fisik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Lain halnya dengan promosi yang tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan maupun loyalitas pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Tempat, Promosi, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Konsumen