ABSTRAKSI

YUNIAR LESTARI. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Operator Seluler Merek IM3 (dibimbing oleh ibu Suryari Purnama).

Situasi persaingan yang semakin ketat di pasar telah menyebabkan perusahaan-perusahaan sulit meningkatkan jumlah pelanggan. Dipasar yang sudah ada, terlalu banyak produk dan berbagai keunggulan serta nilai lebih yang ditawarkan oleh para pesaing, sehingga sulit bagi perusahaan untuk merebut pangsa pasar. Dipihak lain, untuk memasuki pasar baru tentu memerlukan biaya yang lebih besar. Hal tersebut diatas berhubungan dengan tingkatan loyalitas konsumen yang bertujuan untuk mempertahankan pelanggan.

Dalam hal ini, penulis menganalisis pengaruh bauran pemasasran terhadap loyalitas pelanggan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran dengan tingkat loyalitas terhadap konsumen.

Metode yang digunakan adalah analisis regresi berganda, dari hasil penelitian penulis menyimpulkan bahwa produk, harga, distribusi dan promosi berbengaruh terhadap tingkat loyalitas konsumen. Selain itu juga dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen berdasarkan bauran pemasaran pada operator seluler IM3 sudah baik atau puas dan tingkat loyalitas konsumen sudah mancapai tingkat Loyal Customer.