

ABSTRAKSI

RINI PURWANTI. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran 4P Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Ramayana Department Store Tanjung Duren Jakarta Barat (Dibimbing Oleh Abdurrahman).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh produk, harga, promosi, lokasi terhadap kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan Ramayana Department Store Tanjung Duren Jakarta Barat. Variabel yang diteliti adalah produk, harga, promosi, lokasi, kepuasan dan loyalitas pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Jalur (*Path Analysis*) digunakan untuk mengetahui pengaruh 4P terhadap kepuasan pelanggan dan variabel mana pengaruhnya paling besar, pengaruh 4P terhadap kepuasan pelanggan secara bersama – sama, pengaruh 4P dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh 4P terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Maka dari hasil penelitian didapatkan besaran angka pengaruh dari nilai X1 (0,007), X2 (0,245), X3 (0,000), X4 (0,516) terhadap Y1 dan X1 (0,004), X2 (0,042), X3 (0,990), X4 (0,421), Y1 (0,000) terhadap Y2.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa hanya produk dan promosi yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan produk, harga dan kepuasan yang hanya berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Path Analysis