

ABSTRAKSI

AWALUDIN PERMADI (2007-11-039) *Analisis pengaruh kualitas marketing mix terhadap kepuasan konsumen kecap ABC (studi kasus pada RW.04 kelurahan kedoya utara Jakarta barat).* Dibimbing oleh Ibu Lia Amalia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas *marketing mix* terhadap kepuasan konsumen. Di dalam penelitian ini, kualitas *marketing mix* adalah sebagai variable Independent (X) dan variable dependent (Y) kepuasan konsumen. Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah warga pada Rw.04 kelurahan kedoya utara Jakarta barat yang membeli dan mengkonsumsi kecap ABC. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisa deskriptif dan menggunakan metode analisis berganda dengan menggunakan 4 dimensi *marketing mix* yaitu (produk,harga,tempat(distribusi),dan promosi).

Berdasarkan analisis ini, variable kualitas *marketing mix* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan. Artinya, jika terjadi kenaikan pada variabel kualitas *marketing mix*, maka kepuasan konsumen akan bertambah dan sebaliknya, jika kualitas *marketing mix*, menurun maka kepuasan konsumen juga ikut menurun.