

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT SEMEN BATURAJA (PERSERO) DI BANDARLAMPUNG

**Oleh
AGUS SYAHRIAL**

Bauran pemasaran dilaksanakan oleh perusahaan untuk meningkatkan angka penjualan dan menumbuhkan kepuasan pelanggan terhadap suatu produk. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Tujuan usaha adalah mempertahankan pelanggan. Menciptakan dan mempertahankan pelanggan hanya dapat diwujudkan melalui kualitas. Kualitas sebenarnya diarahkan pada satu tujuan, yaitu terciptanya kepuasan pelanggan.

Masalah penelitian ini adalah target penjualan semen pada PT Semen Baturaja (Persero) dari tahun 2008–2012 tidak tercapai. Tidak tercapainya target penjualan tersebut dapat disebabkan oleh kualitas produk yang dihasilkan dan harga penjualan yang ditetapkan, selain itu adanya persaingan usaha dengan perusahaan kompetitor. Permasalahan dalam penelitian ini adalah “Apakah bauran pemasaran pada PT Semen Baturaja (Persero) mempengaruhi kepuasan pelanggan”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh bauran pemasaran pada PT Semen Baturaja (Persero) terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis penelitian ini adalah bahwa “bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Semen Baturaja (Persero) di Bandar Lampung”

Tipe yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Sampel yang diambil adalah 54 toko yang menjadi konsumen Semen Baturaja di Bandar Lampung. Data dikumpulkan dengan kuisisioner dan dokumentasi. Selanjutnya data dianalisis secara statistik menggunakan rumus Regresi Linier Ganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Bauran pemasaran PT Semen Baturaja (Persero) yang meliputi produk, harga, distribusi dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai pengaruh sebesar 66,2%. Artinya apabila produk, harga, distribusi dan promosi PT Semen Baturaja (Persero) mengalami peningkatan maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami peningkatan. (2) Pengujian hipotesis simultan pada taraf signifikan 95% menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{Tabel}$ dengan perbandingan $31.296 > 2.53$, artinya pengaruh bauran pemasaran PT Semen Baturaja (Persero) yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan. (3) Pengujian hipotesis secara parsial dengan Uji T menunjukkan bahwa nilai T_{hitung} seluruh subvariabel bauran pemasaran yaitu produk (X_1) sebesar 6.932, harga (X_2) sebesar 4.266, distribusi (X_3) sebesar 5,826 dan promosi (X_4) sebesar 4.478. $> T_{Tabel}$ yaitu sebesar 1.676.