

## ABSTRAK

### ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN KOPI R&G 3IN1 KAPAL API MOCHA DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

**Hasani Ahmad Patriawan. K**

Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan akan berbagai produk instan makin tinggi. Salah satu produk instan yang berkembang dengan pesat adalah kopi bubuk instan. Kategori jenis produk ini berbagai macam dengan berbagai rasa yang ditawarkan kepada konsumen. Salah satu produsen kopi instan yang ada saat ini adalah PT. Santos Jaya Abadi yang memproduksi kopi instan dengan berbagai jenis

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah bauran pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas konsumen,

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Kopi 3in1 Kapal Api Mocha Di Bandar Lampung, maka dapat disimpulkan seperti berikut ini : a) Variabel strategi bauran pemasaran berpengaruh sangat nyata (*high significant*) terhadap loyalitas konsumen di Bandar Lampung, yang berarti semakin baik strategi bauran pemasaran, maka akan semakin tinggi loyalitas konsumen Kopi R & G 3in1 Kapal Api Mocha di kota Bandar Lampung. b) Berdasarkan dari penelitian persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini  $Y = 0,161 + 0,143X_1 + 0,138X_2 + 0,143X_3 + 0,445X_4 + 0,135X_5 + 0,074X_6 + 0,150X_7$ , Koefisien regresi semua variabel bebas bertanda positif ini berarti bahwa faktor strategi bauran pemasaran mempunyai hubungan yang positif dengan tingkat loyalitas konsumen di Bandar Lampung dalam membeli Kopi R & G 3in1 Kapal Api Mocha. c). Berdasarkan pengujian pengaruh variabel independen secara parsial, promosi merupakan variabel yang dominan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Kopi R & G 3in1 Kapal Api Mocha di kota Bandar Lampung artinya promosi merupakan hal yang paling berpengaruh terhadap tingginya keputusan pembelian Kopi R & G 3in1 Kapal Api Mocha di kota Bandar Lampung.

Adapun saran yang digunakan adalah 1). Perbaiki promosi dengan cara membuat sarana informasi untuk melakukan promosi secara publikasi iklan radio

Kata kunci : Pengaruh, Bauran Pemasaran, Loyalitas Konsumen

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF MARKETING MIX INFLUENCE TO LOYALTY CONSUMER COFFEE R & G 3IN1 KAPAL API MOCHA AT BANDAR LAMPUNG**

**By**

***Hasani Ahmad Patriawan Komerendo***

*Along with epoch developing, requirement will instan's product sort get tall. One of product instan that effloresce with quick is instan's powder coffee product type Category kind sort this with various sensed one is offered to consumer. One of instan's coffee producer whatever available currently is PT. Santos Jaya Abadi that producted instan's coffee with various type*

*Base background upon therefore about problem in this research is if influential marketing mix to loyalty consumer,*

*Base analisis's result and study about Analisis MARKETING MIX Influence to Loyalty Consumer R & G 3in1's Kapal Api Mocha Coffee At Bandar Lampung, therefore get has been concluded this following: a ) hotchpotch strategy Variable influential marketing so reality( high significant ) to loyalty consumer at Bandar Lampung, one that matter getting better marketing mix strategy, therefore will loyalty's excelsior Coffee consumer R & G 3IN1 kapal api mocha at Bandar Lampung City. b ) base from bifilar linear regression equation researches in observational it  $Y = 0,161 + 0,143X_1 + 0,138X_2 + 0,143X_3 + 0,445X_4 + 0,135X_5 + 0,074X_6 + 0,150X_7$ , Regression coefficient all variable frees marked positive it means that hotchpotch strategy factor marketing has positive relationship with loyalty's zoom consumer at Bandar Lampung in buy Coffee R & G 3IN1 Kapal Api Mocha. c). Base variable affecting examination independent partially, promotion constitutes dominant variable influential to loyalty Coffee consumer R & G 3IN1 Kapal Api Mocha At Bandar Lampung city its mean promotion constitutes the most thing influential to in height Coffee buy decision R & G 3IN1 Kapal Api Mocha At Bandar Lampung city.*

*There is tips even that is utilized is 1). Fixed up promotion by makes information medium to do online ala promotion with assembles at Internet or web forum that ordinary visited by society. 2 ). Fixed up to price can be done by establishes price who can compete by another product, e.g. with offer special price on Coffee R & G 3IN1 Kapal Api Mocha. 3 ) Fix services to customers, and training continually to educated employee and practiced deep services customer. 4 ). For researcher further gets to develop model with every consideration, adding variable another one, by expands total sample and research location,*

**Key word:** *Influence, Marketing Mix, Consumer Loyalty*