

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LISTRIK PRABAYAR

(Studi Kasus pada PT PLN (Persero) Unit Pelayanan Jaringan Way Halim)

Oleh

EMI WIJAYANTI

Penelitian ini berangkat dari pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan listrik prabayar PT PLN (Persero) UPJ Way Halim terdiri dari dua variabel, yaitu variabel bauran pemasaran meliputi enam subvariabel yaitu *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion*, *Personal*, dan *Process* sebagai variabel bebas dan variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan listrik prabayar. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif, analisis regresi linear berganda, analisis korelasi berganda dan analisis koefisien determinasi, dengan respondennya adalah pelanggan listrik prabayar PT PLN(Persero) UPJ Way Halim sebanyak 100 pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa secara simultan bauran pemasaran berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yaitu sebesar 22,518 dengan sig 0,000. Dan dilihat dari hasil analisis koefisien determinasi menyatakan bahwa bauran pemasaran memberikan pengaruh sebesar 59,2% terhadap kepuasan pelanggan. Adapun dilihat dari pengaruh secara parsial atau individu, sub-variabel Promosi yang memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 55,3% dan yang memiliki pengaruh yang paling rendah adalah sub-variabel Personal/SDM yaitu sebesar 43,2%.

Kata Kunci: Kepuasan pelanggan listrik prabayar, *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion*, *Personal*, dan *Process*.