

## ABSTRAK

### PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA SEWA SCAFFOLDING PADA ARBAJA SCAFFOLDING BANDAR LAMPUNG

Oleh  
MUHIDIN

Arbaja *scaffolding* merupakan perusahaan jasa penyewaan *scaffolding* yang mengandung strategi pemasaran dan kualitas layanan untuk menciptakan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa sewa *scaffolding* pada Arbaja Scaffolding Bandar Lampung. Jenis penelitian adalah kuantitatif. Populasi adalah pelanggan PT Arbaja berjumlah 238 pelanggan. Jumlah sampel dihitung dengan Rumus Slovin sehingga diperoleh sebanyak 150. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana dan regresi linier berganda serta diagram kartesius. Hasil penelitian menunjukkan terdapat kesenjangan antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen PT Arbaja *Scaffolding* Bandar Lampung antara 80,1% s.d 97,6%. Bauran pemasaran dan kualitas layanan mempunyai pengaruh positif baik secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen hal ini menunjukkan bahwa adanya peningkatan bauran pemasaran dan kualitas layanan dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan kepuasan konsumen PT Arbaja *Scaffolding* Bandar Lampung. Penelitian ini menyarankan PT Arbaja *scaffolding* untuk mempertahankan kualitas pelayanan pada indikator *reability* dan meningkatkan pelayanan pada indikator *tangibles*, *emphaty*, *assurance* dan *responsiveness*.

Kata Kunci: Bauran pemasaran, kualitas layanan, kepuasan pelanggan.

**THE EFFECT OF MARKETING MIX AND SERVICE QUALITY ON  
SCAFFOLDING RENT SERVICE SATISFACTION IN ARBAJA  
SCAFFOLDING BANDAR LAMPUNG**

**By  
MUHIDIN**

Arbaja scaffolding is a rental service company that contains marketing strategies and service quality to create customer satisfaction. This study aims to analyze the effect of the marketing mix and service quality on customer satisfaction on scaffolding rental services at Arbaja Scaffolding Bandar Lampung. Type of research is quantitative. The population are 238 customers of PT Arbaja. Number of samples is calculated by Slovin formula so it is obtained as much as 150 respondent. Technique of collecting data use questionnaire. Data analysis techniques use simple and multiple linear regression analysis and Cartesius diagrams. The results showed a gap between service quality and customer satisfaction of PT Arbaja Scaffolding Bandar Lampung. It is about 80.1% and 97.6%. The marketing mix and service quality have a positive influence both partially and simultaneously on customer satisfaction. This research shows an increase marketing mix and quality of service can contribute to the increase in customer satisfaction. This study suggests PT Arbaja scaffolding to maintain service quality on reliability indicators and improve service on tangibles, empathy, assurance and responsiveness indicators.

**Keywords:** Marketing mix, service quality, customer satisfaction