

ABSTRAK

Perkembangan industri jasa penginapan villa yang terus mengalami pertumbuhan dari waktu ke waktu. Seperti halnya Villa Cahaya Pacet Mojokerto yang bergerak dalam bidang penginapan villa yang saat ini memiliki letak yang strategis dan harga terjangkau bagi pelanggan yang menginap, tetapi pihak villa belum mampu untuk menjaga kualitas pelayanannya. Hal ini disebabkan banyaknya pelanggan yang mengeluh pada saat dan sebelum menginap. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan pada Villa Cahaya Pacet Mojokerto.

Pemasaran merupakan suatu faktor penting dalam suatu bisnis. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah pelanggan yang sudah menginap pada Villa Cahaya Pacet Mojokerto. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan teknik pengambilan sampel menggunakan pendekatan *non probability sampling* dan dengan menyebarkan kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikan yang dihasilkan $\leq 0,05$.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pihak villa diharapkan untuk lebih meningkatkan lagi pada kualitas pelayanan, proses pelayanan, kenyamanan lingkungannya serta memperhatikan harga agar pelanggan menjadi semakin merasa puas saat menginap di Villa Cahaya Pacet Mojokerto.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The development of villa inn industry had increased from time to time, for example Villa Cahaya Pacet, Mojokerto. This villa had strategic location and affordable price for the customers. However, the owner was not able to maintain its service quality. This happened as many customers were complaint before and after staying in the villa. Therefore, this research aimed to find out the effect of mix marketing on the customers satisfaction of Villa Cahaya Pacet, Mojokerto.

Marketing is an essential factor in business. While. The population was customers of Villa Cahaya Pacet, Mojokerto. More over, the data was primary. Furthermore, the data collection technique used non-probability sampling with questionnaire as the instrument. In line with, there were 100 respondents as sample. In addition, the research result showed service quality, price, and location had affected on the customers satisfaction with significance of ≤ 0.05 .

From the research result, it concluded service quality, price and location had affected on the customers satisfaction. Besides, the owner was expeted to increase its service quality, process, environment hospitality, and consider its price so that the customer felt satisfied when stayed in Villa Cahaya Pacet, Mojokerto.

Keywords: Marketing Mix, Customers Satisfaction