

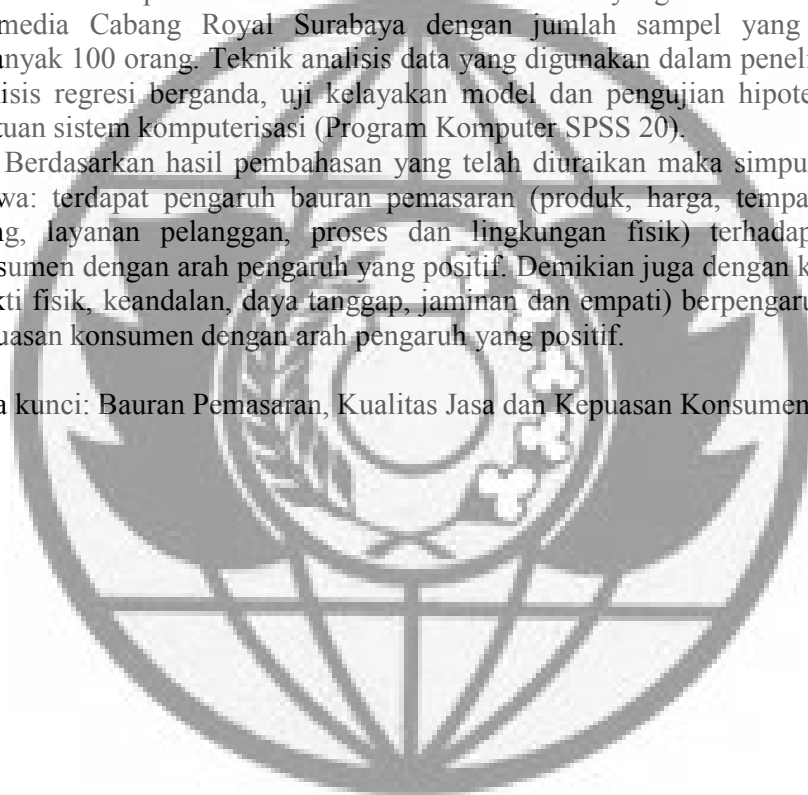
## INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk menganalisis dan mengetahui bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi, orang, layanan pelanggan, proses dan lingkungan fisik) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Gramedia Cabang Royal Surabaya dan 2) Untuk menganalisis dan mengetahui kualitas jasa (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Gramedia Cabang Royal Surabaya.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah kausal komparatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang membeli barang di PT Gramedia Cabang Royal Surabaya dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi berganda, uji kelayakan model dan pengujian hipotesis dengan bantuan sistem komputerisasi (Program Komputer SPSS 20).

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan maka simpulan sebagai bahwa: terdapat pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi, orang, layanan pelanggan, proses dan lingkungan fisik) terhadap kepuasan konsumen dengan arah pengaruh yang positif. Demikian juga dengan kualitas jasa (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan arah pengaruh yang positif.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Kualitas Jasa dan Kepuasan Konsumen



## ABSTRACT

This research is meant: 1) to analyze and to find out the mix market (product, price, place, promotion, people, customer service, process and physical environment) has an influence to the customer satisfaction at PT Gramedia Cabang Royal Surabaya and 2) to analyze and to find out the service quality (physical evidence, feasibility, responsiveness, guarantee and empathy) has influence to the customer satisfaction at PT Gramedia Cabang Royal Surabaya.

The research is comparative causal research. The population of this research is all customers who have ever purchased at PT Gramedia Cabang Royal Surabaya and the samples are 100 people. The data analysis technique has been done by using multiple linear regressions analysis, feasibility model test, and hypothesis test with the instruments of computerized system (Computer Program SPSS 20).

Based on the result of the research, it can be concluded that: mix market (product, price, place, promotion, people, customer service, process and physical environment) has positive direction of influence to the customer satisfaction. Service quality (physical evidence, feasibility, responsiveness, guarantee and empathy) has positive influence to the customer satisfaction.

**Keywords:** *Mix market, service quality and customer satisfaction.*



