

## ABSTRAK

Persaingan didalam industri komunikasi khususnya handphone sangatlah ketat di Indonesia. Banyak merek handphone yang ditawarkan dipasaran. Salah satunya adalah Apple. Didalam penelitian ini peneliti akan meneliti tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada pengguna Iphone 7 plus. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa manajemen Angkatan 2017 yang menggunakan Iphone 7 plus di STIESIA Surabaya.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan cara membagikan kuesioner, total sampel adalah 100 responden. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk, harga, lokasi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Pada pengguna Iphone 7 plus khususnya mahasiswa STIESIA. Saran yang dapat diberikan dari pihak manajemen Apple hendaknya lebih mempertimbangkan didalam penetapan harga. Ini dikarenakan semakin tinggi harga yang ditetapkan, maka akan berpengaruh terhadap turunnya kepuasan konsumen. Faktor ini yang mempengaruhi tingginya kepuasan konsumen adalah kualitas, lokasi penjualan yang strategis dan promosi yang menarik seperti adanya diskon atau give away.

**Kata kunci** : Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Kepuasan Konsumen

## **ABSTRACT**

*There is strong competition among the telecommunication industry, especially hand phones, in Indonesia. Many brands are offered in the market. One of them is Apple. Therefore, this research aimed to find out the effect of marketing mix on consumers satisfaction of iPhone 7 plus. Moreover, the population was all student of maagement 2017 who used iPhone 7 plus at STIESIA Surabayaa.*

*The research was quantitative. Furthermore, the instrument in data collection technique used questionnaires. The questionnaires were distributed to respondents. Analysis technique used multiple regression, validity and reliability tests.*

*The research result concluded the product, price, location and promotion had a significant effect on consumers satisfaction od iPhone users of student of STIESIA. In suggestion, the management of Apple had considered more in cost pricing. This meant, the higher the price was and the decrease the consumers satisfaction would be. In addition, the factors, namely quality, strategic of sales location and interesting promotion (discount or give away) affected the consumers satisfaction.*

**Keywords:** *marketing mix, product, price, location, promotion, consumers satisfaction*



