

## Abstrak

Persaingan yang semakin ketat di dunia penjualan minuman ternama, dimana banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, penyebab setiap perusahaan penjualan minuman harus menepatkan orientasi kepuasan konsumen sebagai tujuan dan diyakini sebagai salah satu kunci utama dalam memenangkan persaingan dalam memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui bauran pemasaran dalam melakukan persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bauran pemasaran yang di proksikan sebagai produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses terhadap kepuasan konsumen Xi Bo Ba di Surabaya.

Jenis Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sample data ini menggunakan metode *purposive sampling*. Adapun populasi yang digunakan adalah konsumen Xi Bo Ba di Surabaya dengan sampel sebesar 162 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa promosi, orang, bukti fisik dan proses berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Kondisi ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran merupakan hal yang sangat diperlukan dalam meningkatkan perusahaan menjadi unggulan. Dalam memberikan kemajuan perusahaan secara berkesinambungan maka harus melakukan pertumbuhan secara melesat dalam strategi memasuki pasar penjualan minuman. Keunggulan produk dapat mempengaruhi kepuasan pembelian konsumen dalam tingkatan yang dicapai di pasar.

Kata kunci: bauran pemasaran, 7P, kepuasan konsumen

## ***Abstract***

*There was a strong competition within the sales world of popular beverages, in which many producers were involved in fulfilling the consumers' needs and wants. That is the background of every company that needs to put consumers' satisfaction as the first goal and believes as one of the key successes in winning the competition. Therefore, the mix marketing is used in giving satisfaction and more value to the consumers. This research aimed to analyze the marketing mix which referred to product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process on the consumers' satisfaction of Xi Bo Ba in Surabaya.*

*The research was quantitative. Moreover, the data collection technique used purposive sampling. The population was the consumers of Xi Bo Ba in Surabaya with 162 respondents as the sample. Furthermore, the data analysis technique used multiple regression.*

*The result concluded that promotion, people, physical evidence, and the process had a positive and significant effect on consumers' satisfaction. It meant that a marketing mix was really needed in increasing the companies into excellence. In consequence, to have sustainable improvement, the management should grow significantly in having strategies for entering the Food and Beverage market. Additionally, product excellence could affect consumers' satisfaction at the market level.*

***Keywords:*** *Marketing Mix, 7P, Consumers' Satisfaction.*

