

**PENGARUH FAKTOR BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Usaha Seblak Jebreed Aa Dadang)**

Oleh

Ejia Alfadita

RINGKASAN

Industri kuliner merupakan bagian penting dalam subsistem hilir agribisnis karena melakukan dua macam kegiatan yaitu pengolahan dan pemasaran produk. Salah satu UMKM yang bergerak dalam usaha kuliner di Bandar Lampung yaitu seblak Jebreed Aa Dadang. Seblak berasal dari kata segak dan nyegak yang bermakna menyengat dengan cikur yang menjadi bahan utama. Permasalahan yang dihadapi pelaku usaha yaitu persaingan bisnis yang semakin banyak, *trend* dari seblak dan isu kesehatan dari seblak karena merupakan makanan *junkfood* tidak baik untuk kesehatan. Kepuasan konsumen dapat tercipta karena adanya kesesuaian produk, harga, promosi dan tempat yang sesuai. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh faktor bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini mengambil tempat di *outlet* seblak Jebreed Aa Dadang yang berada di Bandar Lampung. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Analisis data menggunakan alat SPSS dengan analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, determinan, regresi, uji f dan uji t. Hasil analisis deskripsi menunjukkan bauran pemasaran (kualitas produk, promosi, harga dan tempat) termasuk dalam kategori penilaian cukup menurut responden. Variabel faktor yang berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, promosi, harga dan tempat. Variabel promosi, harga dan tempat menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Seblak Jebreed Aa Dadang harus meningkatkan kepuasan konsumen dengan memberikan ciri khas produknya, memperbaiki penyimpanan *topping* serta menambahkan varian *topping* dan kuah agar kepuasan konsumen menjadi meningkat.