

ABSTRAK

**PENGARUH SIKAP KONSUMEN TERHADAP BAURAN PEMASARAN
PADA KEPUASAN DAN LOYALITAS TERHADAP SMARTFREN DI
YOGYAKARTA**

Adhika Narendra Kusuma

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2017

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh sikap terhadap produk pada kepuasan konsumen; (2) pengaruh sikap terhadap harga pada kepuasan konsumen; (3) pengaruh sikap terhadap tempat pada kepuasan konsumen; (4) pengaruh sikap terhadap promosi pada kepuasan konsumen; dan (5) pengaruh kepuasan konsumen pada loyalitas konsumen.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang menggunakan produk dari Smartfren. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang disebar di Galeri Smartfren Jogja City Mall Yogyakarta. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji regresi linier berganda, uji regresi sederhana dan uji t.

Hasil penelittian ini menunjukkan bahwa (1) sikap terhadap produk berpengaruh positif pada kepuasan konsumen; (2) sikap terhadap harga berpengaruh positif pada kepuasan konsumen; (3) sikap terhadap tempat tidak berpengaruh pada kepuasan konsumen; (4) sikap terhadap promosi tidak berpengaruh pada kepuasan konsumen; (5) kepuasan konsumen berpengaruh positif pada loyalitas konsumen.

Kata kunci : bauran pemasaran, kepuasan, loyalitas.

ABSTRACT

**THE INFLUENCE CONSUMER ATTITUDES TOWARD THE
MARKETING MIX ON SATISFACTION AND LOYALTY TOWARD
SMARTFREN IN YOGYAKARTA**

Adhika Narendra Kusuma

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2017

This study aims to determine (1) the influence of attitude toward the product on satisfaction; (2) the influence of attitude toward the price on satisfaction; (3) the influence of attitude toward the place on satisfaction; (4) the influence of attitude toward the promotion on satisfaction; and (5) the influence of satisfaction on loyalty.

The population in this study were all consumers who had used Smartfren. The sample of this research consisted of 100 respondents. Samples were taken using purposive sampling technique. Data were collected using questionnaires distributed at Gallery Smartfren Jogja City Mall Yogyakarta. Data analysis techniques used were multiple linear regression, simple regression, and t-test.

The results of this study indicated that: (1) attitude toward the product had a positive effect on satisfaction; (2) attitude toward price had a positive effect on satisfaction; (3) attitude toward place had no effect on satisfaction; (4) attitude toward promotion had no effect on satisfaction; and (5) satisfaction had a positive effect on loyalty.

Keywords : marketing mix, satisfaction, loyalty.