

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP VARIABEL BAURAN PEMASARAN**

Studi Kasus pada Konsumen Toko *Stella Cake & Bakery*

**Yovanie Celine Xaveria U.  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2005**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil konsumen, tingkat kepuasan konsumen, dan variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) manakah yang menjadi prioritas utama dalam melakukan keputusan pembelian produk *Stella Cake & Bakery*. Jenis penelitian ini adalah studi kasus dengan jumlah responden 50 orang responden.

Penulis menggunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data yaitu; wawancara, observasi, dan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis persentase yang bertujuan untuk menganalisis karakteristik konsumen, analisis data model Tse dan Wilton untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen, dan analisis prioritas kepentingan untuk mengetahui variabel yang paling menentukan dalam keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil analisis persentase dapat diketahui bahwa sebagian besar responden adalah wanita (64%), dengan persentase tingkat usia responden 27 tahun – 36 tahun (42%), tingkat pendidikan terakhir adalah SLTA (56%), pekerjaan sebagai pegawai swasta (42%), dan penghasilan/uang saku antara Rp 350.000 – Rp 699.999 (50%). Hasil analisis data model Tse dan Wilton menunjukkan bahwa konsumen yang sangat puas (44%), puas (4%), dan tidak puas (52%). Sedangkan dari hasil analisis prioritas kepentingan diketahui bahwa variabel yang paling menentukan dalam keputusan pembelian adalah variabel produk, pada urutan kedua harga, urutan ketiga tempat, dan urutan keempat adalah promosi.

## ABSTRACT

### ANALYSIS ON CONSUMERS' SATISFACTION TOWARD MARKETING MIX VARIABLES

A Case Study on *Stella Cake and Bakery Shop's* Consumers

**Yovanie Celine Xaveria U.**  
**Sanata Dharma University**  
**Yogyakarta**  
**2005**

This research aimed to find out consumers' profile, level of consumers' satisfaction, and marketing mix variables and which one of those treated to be the top priority in taking decision for purchasing *Stella Cake and Bakery's* product. The research was a case study with as many as 50 respondents to include.

The researcher used some techniques in collecting data, they were: interview, observation, and questionnaire. The data analysis technique being used here was percentage analysis technique to analyze consumers' characteristics, the data analysis with Tse and Wilton model to evaluate the level of consumers' satisfaction, and interest priority analysis to find out the most decisive variable in purchase decision.

Based on the percentage analysis result, it could be found that most of the respondents were female (64%), and the percentage of respondents with age ranged within 27 years old – 36 years old was (42%), the percentage of those with level of last education of Senior High School was (56%), those worked as non-government employee rated to (42%), and those with income/allowance between Rp. 350.000 – Rp. 699.999 rated to (50%). The result of data analysis with Tse and Wilton model indicated that consumers that were very satisfied rated up to (44%), satisfied (4%), and not satisfied (52%). From the result of interest priority analysis, it is shown that the most decisive variable in purchase decision was product variable. Price followed at the second place, location at the third place, and promotion at the fourth place.