

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada UMKM Toserba SKMJ di Desa Ngrendeng Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung)” ditulis oleh Zainul Fuad, NIM 12402183237, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Dosen Pembimbing: Dr. Asmawi, M.Ag.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Apakah harga berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada UMKM Toserba SKMJ di Desa Ngrendeng Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung? (2) Apakah produk berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada UMKM Toserba SKMJ di Desa Ngrendeng Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung? (3) Apakah tempat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada UMKM Toserba SKMJ di Desa Ngrendeng Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung? (4) Apakah promosi berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada UMKM Toserba SKMJ di Desa Ngrendeng Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung? (5) Apakah harga, produk, tempat, dan promosi berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada UMKM Toserba SKMJ di Desa Ngrendeng Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berjenis asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen UMKM Toserba SKMJ, Desa Ngrendeng. Sampel dalam penelitian berjumlah 100 orang. Adapun pengumpulan data menggunakan angket, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan software SPSS 23.00 dengan uji normalitas, multikolinearitas, auto korelasi, dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Harga berpengaruh positif dan signifikan antara variabel harga terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Toserba SKMJ, berdasarkan T hitung yang lebih besar dari T tabel dengan nilai ( $3.750 > 1.660$ ), sehingga dapat dikatakan memberikan pengaruh. (2) Produk berpengaruh positif dan signifikan antara variabel produk terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Toserba SKMJ berdasarkan T hitung yang lebih besar dari T tabel dengan nilai ( $2.504 > 1.6608$ ), sehingga dapat dikatakan memberikan pengaruh. (3) Tempat berpengaruh positif dan signifikan antara variabel tempat terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Toserba SKMJ berdasarkan T hitung yang lebih besar dari T tabel dengan nilai ( $3.750 > 1.6608$ ), sehingga dapat dikatakan memberikan pengaruh. (4) Promosi berpengaruh positif dan signifikan antara variabel promosi terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Toserba SKMJ berdasarkan T hitung yang lebih besar dari T tabel dengan nilai ( $1.858 > 1.6608$ ), sehingga dapat dikatakan memberikan pengaruh. (5) Harga, Produk, Tempat, Promosi berpengaruh positif dan signifikan antara variabel harga, produk, tempat, promosi terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Toserba SKMJ dengan penghitungan uji F berdasarkan F hitung, yang lebih besar dari F tabel dengan nilai ( $3.062 > 2.92$ ), sehingga dapat dikatakan memberikan pengaruh.

**Kata kunci:** *produk, harga, promosi, tempat, kepuasan pelanggan, UMKM*

## ABSTRACT

*Thesis entitled "The Effect of Marketing Mix on Customer Satisfaction Level (Case Study on MSME Department Store SKMJ in Ngrendeng Village, Gondang District, Tulungagung Regency)" was written by Zainul Fuad, NIM 12402183237, Department of Sharia Economics, Faculty of Economics and Islamic Business, Sayyid State Islamic University Ali Rahmatullah Tulungagung, Supervisor: Dr. Asmawi, M.Ag. .*

*The formulation of the problem in this study are: (1) Does price affect the level of customer satisfaction at the SKMJ Department Store MSME in Ngrendeng Village, Gondang District, Tulungagung Regency? (2) Does the product affect the level of customer satisfaction at the MSME Department Store SKMJ in Ngrendeng Village, Gondang District, Tulungagung Regency? (3) Does the place affect the level of customer satisfaction at the MSME Department Store SKMJ in Ngrendeng Village, Gondang District, Tulungagung Regency? (4) Does promotion affect the level of customer satisfaction at SKMJ department store SMEs in Ngrendeng Village, Gondang District, Tulungagung Regency? (5) Do prices, products, places, and promotions affect the level of customer satisfaction at the SKMJ Department Store MSME in Ngrendeng Village, Gondang District, Tulungagung Regency?*

*This research uses an associative quantitative approach. The population in this study were the consumers of MSMEs at the SKMJ Department Store, Ngrendeng Village. The sample in the study amounted to 100 people. The data collection uses a questionnaire, and documentation. Data analysis technique using SPSS 23.00 software with normality test, multicollinearity, auto correlation, and multiple linear regression analysis.*

*The results of this study indicate that: (1) Price has a positive and significant effect on price variables on customer satisfaction at SKMJ department store SMEs, based on T arithmetic which is greater than T table with a value of  $(3,750 > 1,660)$ , so it can be said to have an effect. (2) Product has a positive and significant effect on product variables on customer satisfaction at SKMJ Department Store MSMEs based on T count which is greater than T table with a value of  $(2,504 > 1,6608)$ , so it can be said to have an effect. (3) Place has a positive and significant effect on place variables on customer satisfaction at SKMJ Department Store SMEs based on T count which is greater than T table with a value of  $(3,750 > 1,6608)$ , so it can be said to have an effect. (4) Promotion has a positive and significant effect on promotion variables on customer satisfaction at SKMJ Department Store SMEs based on T count which is greater than T table with a value  $(1.858 > 1.6608)$ , so it can be said to have an effect. (5) Price, Product, Place, Promotion have a positive and significant effect between price, product, place, promotion variables on customer satisfaction at SKMJ Department Store MSMEs by calculating the F test based on F arithmetic, which is greater than F table with a value of  $(3.062 > 2.92)$ , so it can be said to have an influence.*

**Keywords:** *product, price, promotion, place, customer satisfaction, MSME*