

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DENGAN PERILAKU KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(STUDI PADA PENGGUNA PARFUM ISI ULANG DI SEMARANG)**

SYEB ALI BIN ALI

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : silvernight81@yahoo.co.id

ABSTRAK

Kepuasan konsumen merupakan tujuan akhir dari setiap produsen dalam menawarkan produk maupun jasa yang dimilikinya. Berbagai cara akan ditempuh untuk meningkatkan kepuasan konsumen, banyak faktor yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen, seperti strategi bauran pemasaran yang ditetapkan maupun perilaku konsumen itu sendiri. Objek penelitian ini adalah pengguna parfum isi ulang di wilayah Semarang dengan mengambil Kauman Semarang menjadi lokasi penelitian, hal ini disebabkan Kauman Semarang merupakan klaster terbesar dan tertua di wilayah Semarang yang menjual parfum isi ulang. Pemilihan objek tersebut didasarkan karena peningkatan pengguna parfum isi ulang yang terus bertambah. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen dengan perilaku konsumen sebagai variabel intervening studi pada pengguna parfum isi ulang di Semarang, baik secara parsial maupun simultan.

Hasil Penelitian ini menunjukkan produk dan lokasi mempunyai pengaruh positif terhadap perilaku konsumen dan kepuasan konsumen. Namun demikian variabel harga tidak berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen dengan melihat nilai signifikansi pada probabilitas yang dimilikinya yaitu sebesar 0,336 yang tidak memenuhi syarat yaitu dibawah 0,05 ($P : 0,336 > 0,05$). Hal ini terjadi dikarenakan harga tidak lagi mempengaruhi konsumen secara langsung dalam menentukan pilihannya untuk menggunakan parfum isi ulang.

Kata kunci : Produk, Harga, Lokasi, Perilaku Konsumen, Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci : Produk, Harga, Lokasi, Perilaku Konsumen, Kepuasan Konsumen.

**INFLUENCE OF MARKETING MIX TOWARD CONSUMER
SATISFACTION WITH CONSUMER BEHAVIOR AS INTERVENING
VARIABLE
(study at users perfume refill in Semarang)**

SYEB ALI BIN ALI

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : silvernight81@yahoo.co.id

ABSTRACT

Consumer Satisfaction is last purpose of every producer in offering product and also service owned by it. Various ways will be taken to increase of consumer satisfaction, many factor which can increase of consumer satisfaction, like marketing mix strategy established and also it self consumer behavior. This research object is consumer perfume refill in Semarang, and Kauman Semarang as a research location. because Kauman Semarang is the biggest claster and oldest who sell perfume refill. object selection is based by improvement of consumer perfume refill that is always increases. Purpose of this research is to analyse the marketing mix to consumer satisfaction with consumer behavior as variable intervening study at users perfume refill in Semarang, either parsially and also simultan.

Result of research shows that product and location has positive influence to consumer behavior and consumer statisfaction. However, the price as variable has not positive influence to consumer behavior by seeing significant value at probability owned by it is 0,336 ineligibile that is under 0,05 ($P : 0,336 > 0,05$). This happened because of the price has not more influenced consumer directly in taking choice for applying perfume refill.

Keyword : Produk, Harga, Lokasi, Perilaku Konsumen, Kepuasan Konsumen.