

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul :

**PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME TELKOM GORONTALO**

OLEH

ROSANTI VAN SOLANG

NIM : 931 416 112

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Mochtar Ahmad, S.Pd, M.Si

NIP. 19780504 200312 1 003


Idris Yanto Niode, S.Pd, MM

NIP. 19781026 200501 1 001

Mengetahui:

Ketua Jurusan Manajemen


Dr. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si

NIP. 198307162009121006

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN INDIHOME TELKOM GORONTALO

Oleh :

ROSANTI VAN SOLANG
NIM. 931 416 112

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Kamis, 17 Juni 2021
Waktu : 10.00 Wita

Penguji

1. RAFLIN HINELO, S.Pd, M.Si
NIP. 197306181999031001
2. ENDI RAHMAN, SE, MM
NIP. 198006132009121004
3. DR. MUCHTAR AHMAD, S.Pd, M.Si
NIP. 197805042003121003
4. IDRIS YANTO NIODE, S.Pd, MM
NIP. 197810262005011001

1.....
2.....
3.....
4.....

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Muhammad Amir Arham, M.E

NIP. 197207252006041002



ABSTRAK

ROSANTI VAN SOLANG. "Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Telkom Gorontalo" Skripsi. Gorontalo. Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo. 2016. Dibawah Bimbingan Bapak Dr. Muchtar Ahmad, S.Pd, M.Si, selaku pembimbing I dan Bapak Idris Yanto Niode, S.Pd, MM, selaku pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Telkom Gorontalo. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuisioner. Adapun jumlah sampel sebanyak 99 orang konsumen. Analisis data penelitian ini yakni analisis kuantitatif regresi sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan strategi bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor PT. Telkom Cabang Gorontalo teruji kebenarannya. Ditinjau dari nilai koefisien determinasi (r^2) = 0,108 dapat dimaknai bahwa sebesar 10,86% variasi kepuasan pelanggan pada Kantor PT. Telkom Cabang Gorontalo dapat diterangkan oleh strategi bauran pemasaran dan sisanya sebesar 89,2 % adalah pengaruh faktor lain terhadap kepuasan pelanggan yang tidak dimasukkan kedalam model penelitian ini, seperti tingkat pelayanan, motivasi kerja karyawan, insentif karyawan maupun kesejahteraan karyawan yang mungkin bisa dikatakan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

Kata kunci: Strategi Bauran Pemasaran, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

ROSANTI VAN SOLANG. "The Influence of Marketing Mix Strategy on Customer of Indihome Telkom Gorontalo Satisfaction". Undergraduate Thesis. Gorontalo. Bachelor's Degree Program in Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. 2016. The principal supervisor is Dr. Muchtar Ahmad, S.Pd., M.Si, and the co-supervisor is Idris Yanto Niode, S.Pd., MM

This study aims to determine the Influence of Marketing Mix Strategy on Customer of Indihome Telkom Gorontalo Satisfaction. The data collection through questionnaires. The sample includes 99 customers. The data analysis applies simple regression analysis.

The result shows that the results of hypothesis testing that indicate there is a positive and significant effect of marketing strategies on customer satisfaction at PT Telkom Gorontalo branch office confirmed accurate. Viewed from the coefficient of determination (r^2) = 0,108, it can be interpreted that 10,86% of the variation in customer satisfaction at PT Telkom Gorontalo branch office can be explained by the marketing mix strategy, and the remaining 89,2% is the influence of other factors on customer satisfaction which are not included in this research, such as service level, employee work motivation, employee incentives and employee welfare which might be considered for further research.

Keywords: *Marketing Mix Strategy, Customer Satisfaction*

