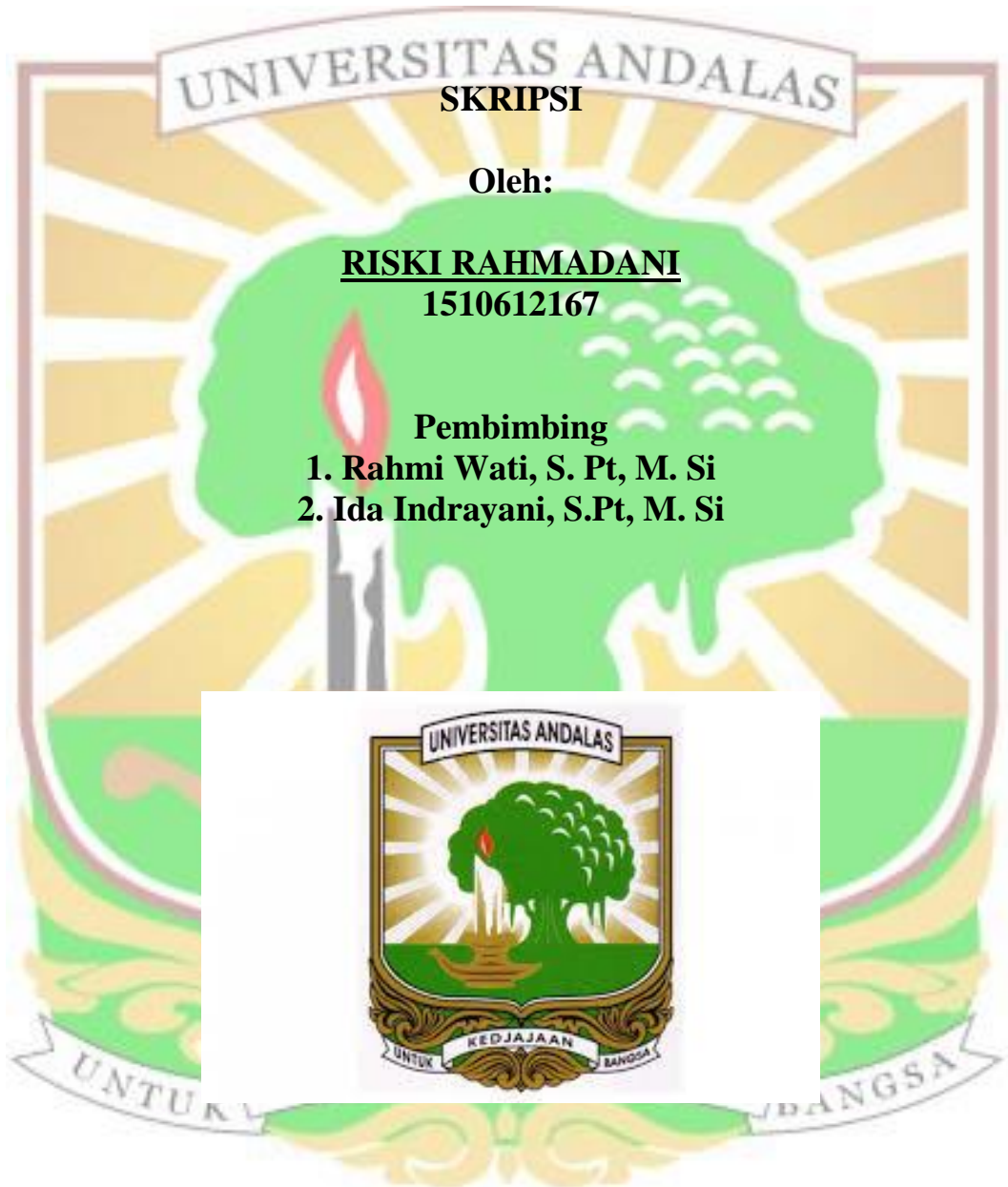


**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN
DAN LOYALITAS KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN
PRODUK PETERNAKAN WAROENG STEAK AND SHAKE
DI KOTA PADANG**



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2022**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN
DAN LOYALITAS KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN
PRODUK PETERNAKAN WAROENG STEAK AND SHAKE
DI KOTA PADANG**



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2022**

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN PRODUK PETERNAKAN WAROENG STEAK AND SHAKE DI KOTA PADANG

RISKI RAHMADANI, dibawah bimbingan
RAHMI WATI S.P.t M.Si dan IDA INDRAYANI S.Pt M.Si
Bagian Pembangunan dan Bisnis Peternakan
Fakultas Peternakan Universitas Andalas Padang, 2022

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen dan perilaku pembelian, pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen, dan tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen di Waroeng Steak and Shake Padang. Metode yang digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik dan perilaku pembelian adalah metode deskriptif. Untuk melihat pengaruh dimensi bauran pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas adalah *Structural Equation Model* dengan pendekatan *Partial least square*. Selain itu untuk menganalisis tingkat kepuasan dan loyalitas menggunakan *Customer Satisfaction Index* dan *Customer Loyalty Index*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas konsumen adalah berasal dari Padang, berjenis kelamin perempuan berusia 21-30 tahun, pendidikan terakhir SMA, bekerja sebagai pelajar/mahasiswa dengan penghasilan Rp1 000 000 – Rp2 000 000. Konsumen sering berkunjung pada hari libur, waktu berkunjung malam hari, frekuensi pembelian 2 kali dalam sebulan dan kategori produk yang diminati adalah Steak Ala Waroeng. Bauran pemasaran yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen adalah bauran bukti fisik. Kepuasan pelanggan berada pada kategori “sangat puas” dan tingkat loyalitas pelanggan berada pada kategori “sangat loyal”.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, *Structural Equation Model*, *Customer Satisfaction Index*, *Customer Loyalty Index*,

