

ANALISIS STRATEGI MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA LAUNDRY EXPRESS DI BANJARMASIN

Noor Rizkyani¹, Hj. Farida Yulianti², Defin Shahrial Putra³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari,
19 31 0511

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari,
1121076901

Manajemen, 61201, Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari,
1130128801

Email: nurrizkyani@gmail.com

ABSTRAK

Noor Rizkyani, 2023, Analisis Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Laundry Express di Banjarmasin, Pembimbing I : Hj. Farida Yulianti, Pembimbing II : Defin Shahrial Putra.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi *marketing mix* pada Laundry Express di Banjarmasin dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan juga untuk mengetahui bagaimana strategi *marketing mix* yang seharusnya dilakukan oleh Laundry Express di Banjarmasin untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Jenis penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan dimana penelitian ini menggunakan pelanggan Laundry Express sebanyak 30 orang untuk menjadi narasumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan variabel strategi marketing mix produk, harga dan tempat berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada Laundry Express. Sedangkan variabel promosi tidak memiliki peranan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan karena Laundry Express tidak menerapkan promosi sejak awal berdirinya usaha ini.

Kata Kunci : *Marketing Mix*, Kepuasan Pelanggan