

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

ABSTRACT

Abstract Noor Rizkyani, 2023, Analysis of Marketing Mix Strategies in Increasing Customer Satisfaction at Laundry Express in Banjarmasin, Supervisor I : Hj. Farida Yulianti, Advisor II : Defin Shahrial Putra.

This research aims to find out how the marketing mix strategy is implemented at Laundry Express in Banjarmasin in increasing customer satisfaction and also to find out how the marketing mix strategy should be carried out by Laundry Express in Banjarmasin to increase customer satisfaction.

This type of research is descriptive qualitative. The data collection method used was observation, interviews, documentation, and study literature, and used 30 Laundry Express customers to become resource persons.

The results of this study indicate that the application of marketing mix strategy product, price, and place variables play a role in increasing customer satisfaction at Laundry Express. While the promotion variable has no role in increasing customer satisfaction because Laundry Express has not implemented promotions since the inception of this business.

Keywords: Marketing Mix, Customer Satisfaction

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, & Amstrong. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Managemet 15ed*. England: Person Prentice Hall.
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nabilah, S. (2019). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aroma Bakery & Cake Medan*. Retrieved Maret 2023, From Universitas Medan Area.
- Nadia, E. (2019). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Tarahah Laundry Di Gampong Kopelma Darussalam Kecamatan Syiah Kuala Kota Banda Aceh*. Retrieved Maret 2023, From Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Oktaliana, & Manafe. (2021). Penerapan Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Kepuasan Pasien Klinik/Praktek Bersama 24 Jam Dr. Hadi Susanto Surabaya. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4-7.
- Robbins, & Coulter. (2016). *Manajemen Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Robbins, & Judge. (2014). *Perilaku Organisasi Edisi 12*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rusanti, & Sofyan. (2021). Strategi Periklanan “Celebrity And Influencer Endorsers” Dalam Mendorong Gaya Hidup Konsumtif. *Study Of Scientific And Behavioral Management (SSBM) Vol.2 No.3*, 02-16.
- Tjiptono, F. (2014). *Manajemen Jasa*. Jakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Pemasaran Jasa Edisi Pertama Dan Kedua*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa* . Jakarta: Pt Indeks Kelompok Gramedia.