

RINGKASAN



Amin Sugiarti (2007), 07.832.0066, telah menyelesaikan penelitian dengan judul “Hubungan Bauran Pemasaran dengan Peningkatan Jumlah Pelanggan Di Rumah Makan Mie Ayam Jamur H. Mahmud.S”. Dosen pembimbing Ibu Dra. Hj. Rafiah Hasibuan . MM, dan Ibu Dra. Isnaniah LKS. MMA, Sekretaris Bapak Agustiono. SE. MMA, dan Dosen Ketua Bapak Prof. Dr. H. Sya`ad Afifiuddin. SE, MEd

Peningkatan jumlah rumah makan di kota Medan sangat pesat sehingga memaksa setiap pemilik rumah makan untuk bersaing dan memiliki ciri khas yang berbeda dengan saingannya untuk selalu menarik minat konsumen. Pemilik rumah makan juga harus memperhatikan faktor bauran pemasaran untuk dapat meningkatkan jumlah pelanggan.

Hasil dari penelitian ini terbukti dengan pengujian yaitu : uji F, uji t dan koefisien determinasi (R^2). Uji F dilakukan untuk mengetahui hubungan secara serentak dari variabel-variabel bebas (product, price, place, dan promotion) dengan variabel terikat (peningkatan jumlah pelanggan) di Rumah Makan Mie Ayam Jamur H. Mahmud. S. Dari uji F_{hitung} diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 15.279 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2,46 ($F_{hitung} > F_{tabel}$). Artinya secara bersama-sama terdapat hubungan yang positif dan signifikan dari variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4) yaitu product, price, place, dan promotion dengan peningkatan jumlah pelanggan (Y).

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4) yaitu product, price, place, dan promotion memiliki hubungan yang positif dan signifikan secara parsial dengan variabel terikat yaitu peningkatan jumlah pelanggan (Y). Hasilnya menunjukkan bahwa signifikansi variabel place 0.549 mempunyai hubungan positif dengan peningkatan jumlah pelanggan, namun yang berpengaruh signifikan hanya variabel product 3.133 dan price 4,801.

Sedangkan variabel promotion -2,014 berpengaruh negative dengan peningkatan jumlah pelanggan di Rumah Makan Mie Ayam Jamur H.Mahmud.S. Hal ini dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Dikatakan signifikan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tidak signifikan apabila

$$t_{hitung} < t_{tabel}$$

Koefisien korelasi yang menunjukkan keeratan hubungan antara peningkatan jumlah pelanggan dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya adalah cukup kuat terbukti dengan $R = 0,911$. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.775 yang berarti bahwa 77,5 % variasi variabel terikat (peningkatan jumlah pelanggan) mampu dijelaskan oleh variabel bebas yaitu product, price, place, dan promotion sedangkan 22.5% lainnya lagi dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : Strategi Bauran Pemasaran dan Peningkatan Jumlah Pelanggan.