ABSTRAK

Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Jasa Cucian Motor Ronic Di Kelurahan Parupuk Tabing Padang.

Oleh: Nova Nilasari/2012

Tujuan dari penelitian ini adalah, Untuk melihat pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian ulang jasa Cucian Motor Ronic.

Penelitian yang dilakukan ini merupakan jenis penelitian deskriptif kausatif yang bertujuan untuk menjelaskan dan menggambarkan fenomena tentang bagaimana pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pembelian ulang konsumen jasa Cucian Motor Ronic di Kelurahan Parupuk Tabing Padang. Populasi dan sampel dari penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan jasa Cucian Motor Ronic sebelumnya yang diambil sebanyak 100 orang responden. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari menyebarkan angket penelitian, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku-buku, maupun studi kepustakaan. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*).

Hasil penelitian menunjukan bahwa: (1) jasa berpengaruh langsung sebesar 2,0, dan berpengaruh tidak langsung sebesar 4,4 terhadap keputusan pembelian ulang jasa Cucian Motor Ronic, (2) harga berpengaruh langsung sebesar 1,9, dan berpengaruh tidak langsung sebesar 3,5 terhadap keputusan pembelian ulang jasa Cucian Motor Ronic, (3) promosi berpengaruh langsung sebesar 2,5, dan berpengaruh tidak langsung sebesar 6,1 terhadap keputusan pembelian ulang jasa Cucian Motor Ronic, (4) tempat berpengaruh langsung sebesar 3,2, dan berpengaruh tidak langsung sebesar 8,4 terhadap keputusan pembelian ulang jasa Cucian Motor Ronic, (5) karyawan berpengaruh langsung sebesar 7,1, dan berpengaruh tidak langsung sebesar 12,4 terhadap keputusan pembelian ulang jasa Cucian Motor Ronic, (6) proses berpengaruh langsung sebesar 2,6, dan berpengaruh tidak langsung sebesar 16,1 terhadap keputusan pembelian ulang jasa Cucian Motor Ronic, (7) bukti fisik berpengaruh langsung sebesar 2,2, dan berpengaruh tidak langsung sebesar 6,5 terhadap keputusan pembelian ulang jasa Cucian Motor Ronic. Sedangkan 21,1% dipengaruhi oleh factor lain diluar penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka disarankan kepada pihak perusahaan agar dapat mempertahankan kualitas yang baik dan harga yang rendah, serta lebih meningkatkan kegiatan promosi, kinerja karyawan dan bukti fisik.