

ABSTRACT

In this study aims to determine the effect of price discounts and marketing mix on customer satisfaction at PT. Blue Bird Group. The population in this study is to use several loyal customers in PT. Blue Bird Group which resides in JL. Tempel Sukorejo 1 Surabaya. The sampling technique used in this study was using the cluster random sampling formula and the study sample was obtained by 500 respondents. The variables of this study use two variables, namely the independent variable and the dependent variable. For independent variables include price discounts, and marketing mix. Whereas the dependent variable of this research is customer satisfaction. The research method is to use quantitative research methods. Analysis of the data in this study uses Multiple Linear Regression analysis with the help of SPSS version 20.0. From the results of this study indicate that of the variables that have been studied between the independent variable and the dependent variable is a statistical analysis model.

Keywords: Discount Price, Marketing Mix, and Customer Satisfaction

ABSTRAK

Dalam penelitian tersebut adalah bertujuan untuk mengetahui pengaruh *price discount* dan *marketing mix* terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Blue Bird Group. Populasi dalam penelitian ini ialah menggunakan beberapa pelanggan setia di PT. Blue Bird Group yang bertempat tinggal di JL.Tempel Sukorejo 1 Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus *cluster random Sampling* dan diperoleh sampel penelitian tersebut sebanyak 500 responden. Variabel penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Untuk variabel independen meliputi *price discount*, dan *marketing mix*. Sedangkan untuk variabel dependen dari penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Metode penelitian tersebut ialah menggunakan metode penelitian Kuantitatif. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan SPSS versi 20,0. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari variabel yang telah diteliti antara variabel independen dan variabel dependen ialah berupa model analisis statistik.

Kata kunci: Diskon Harga, Bauran Pemasaran, dan Kepuasan Pelanggan