

ABSTRAK

Mawar Debora Manalu, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi AAA Di Pasar Modern Kota Jambi. Dibimbing oleh **Ir.Emy Kernalis, M.P** dan **Ardhiyan Saputra, S.P., M.Si**.

Penelitian ini bertujuan untuk : 1) Mendeskripsikan kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi kopi bubuk AAA, 2) Untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen kopi bubuk AAA di pasar modern Kota Jambi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif dan analisis *partial least square* (PLS) dengan sampel 42 responden. Konsumen adalah orang yang membeli kopi AAA dan yang benar-benar mengkonsumsi minimal selama 1 tahun terakhir. Alat analisis yang digunakan adalah SmartPLS 3.0. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa 1) Sebagian besar responden yang membeli kopi AAA merasa puas dan menyatakan sangat setuju akan kesesuaian harapan dalam mengkonsumsi kopi AAA. Sebanyak 50% konsumen dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa mereka memiliki kesesuaian harapan setelah mengkonsumsi kopi AAA. Responden yang menyatakan sangat setuju dalam merekomendasikan produk kopi AAA hanya sebanyak 4,76%, menyatakan setuju sebanyak 19,04%, sebagian besar responden menyatakan cukup setuju dalam merekomendasikan produk kopi AAA yaitu sebanyak 50%, menyatakan tidak setuju sebanyak 23,80%, dan menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 2,38%. 2) Bauran pemasaran secara langsung memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen secara tidak langsung yang di moderasi oleh variabel persepsi konsumen dan respon konsumen memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan. Bauran pemasaran juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel moderasi yaitu persepsi konsumen dan respon konsumen.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Bauran Pemasaran, Kopi AAA