

ABSTRAK

ALUN TANDAYU PINEDHA (F1C021041)

UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
ILMU KOMUNIKASI

KOMUNIKASI PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KUALITATIF PADA MIE GACOAN PURWOKERTO)

Penelitian ini merupakan studi kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan Purwokerto dengan menggunakan pendekatan strategi komunikasi pemasaran melalui konsep kepuasan pelanggan dan Teori *Marketing Mix* 4P yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Latar belakang penelitian ini didasari oleh tingginya minat konsumen terhadap Mie Gacoan Purwokerto sebagai salah satu warung makan cepat saji yang populer di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi terstruktur terhadap beberapa pelanggan, observasi langsung di lokasi, serta dokumentasi untuk memperkuat temuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen produk dan harga menjadi faktor dominan dalam membentuk kepuasan pelanggan, ditandai dengan respons positif terhadap cita rasa, variasi menu, dan harga yang dianggap terjangkau. Namun demikian, aspek tempat dan promosi masih perlu ditingkatkan, terutama dalam hal kenyamanan tempat makan dan kejelasan informasi promosi. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Purwokerto merupakan hasil dari kombinasi strategi komunikasi pemasaran yang efektif dan pengalaman pelanggan yang sesuai harapan, meskipun masih terdapat ruang perbaikan pada aspek tertentu.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Marketing Mix 4P, Komunikasi Pemasaran, Mie Gacoan Purwokerto

ABSTRAK

ALUN TANDAYU PINEDHA (F1C021041)

UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
ILMU KOMUNIKASI

MARKETING COMMUNICATION AND CUSTOMER SATISFACTION (A QUALITATIVE STUDY OF MIE GACOAN PURWOKERTO)

ABSTRACT

This research is a descriptive qualitative study that aims to analyze customer satisfaction at Mie Gacoan Purwokerto using a marketing communication strategy approach through the concept of customer satisfaction and the Marketing Mix 4P theory, which includes product, price, place, and promotion. The background of this research is based on the high level of consumer interest in Mie Gacoan Purwokerto as one of the most popular fast-food establishments among the public, especially the younger generation. This research employs a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through semi-structured interviews with several customers, direct observation at the location, and documentation to support the findings. The results of the study indicate that product and price are the dominant factors influencing customer satisfaction, as evidenced by positive responses regarding taste, menu variety, and affordability. However, the aspects of place and promotion still need improvement, particularly in terms of dining comfort and the clarity of promotional information. The conclusion of this study emphasizes that customer satisfaction at Mie Gacoan Purwokerto is the result of a combination of effective marketing communication strategies and consumer experiences that meet expectations, although there is still room for improvement in certain areas.

Keywords: Customer Satisfaction, Marketing Mix 4P, Marketing Communication, Mie Gacoan Purwokerto