

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis 3 hipotesis: 1. pengaruh orientasi pasar terhadap kepuasan pelanggan, 2. pengaruh strategi bersaing terhadap kepuasan pelanggan, 3. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini merupakan penelitian yang berjenis explanatory research, yaitu penelitian yang menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini dilakukan dengan teknik pengambilan sampel secara random dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, Sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada, Sehingga dibentuk sebuah perwakilan populasi, Sampel dalam penelitian ini merupakan sebagian dari keseluruhan masyarakat Kota Ungaran yang membeli produk Indosat IM3 di kota Ungaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga hipotesis dapat diterima. Hasil ini adalah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara orientasi pasar Indosat IM3, Strategi bersaing Indosat IM3, dan kualitas layanan Indosat IM3 dengan kepuasan pelanggan Indosat IM3. Hal ini dibuktikan dengan uji F dimana nilai signifikansinya 0,000. Koefisien determinasi pada kepuasan pelanggan yang ditunjukkan oleh r-square adalah 0.476 yang berarti bahwa kepuasan pelanggan 47% dipengaruhi oleh variabel orientasi pasar, strategi bersaing dan kualitas layanan. Sedangkan 53%-nya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kata kunci : kepuasan pelanggan, orientasi pasar, strategi bersaing, dan kualitas layanan.