

ABSTRAK

USMAN NUR U (MM 12391355) : PERSEPSI EKSPEKTASI DAN BAURAN PEMASARAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA PERUSAHAAN PEMBIAYAAN MANDALA MULTIFINANCE CABANG POLEANG

Perkembangan teknologi dan meningkatnya kualitas layanan lembaga pembiayaan dan perbankan sebagai pesaing perusahaan pembiayaan Mandala Multifinance cabang Poleang menjadikan pangsa aplikasi perusahaan pembiayaan Mandala Multifinance cabang Poleang semakin kecil yang disebabkan konsumen tidak percaya. Berkenaan dengan hal tersebut peneliti ingin mengetahui penyebab penurunan data aplikasi perusahaan pembiayaan Mandala Multifinance cabang Poleang yang berfluktuasi.

Penelitian ini mengambil sampel konsumen perusahaan pembiayaan Mandala Multifinance cabang Poleang dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang dengan menggunakan program *Partial Least Square* (PLS) untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel yang mempengaruhi kepercayaan konsumen.

Dari hasil penelitian didapatkan bahwa ekspektasi konsumen berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen.

Kata kunci : Ekspektasi konsumen, Bauran pemasaran, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan konsumen

ABSTRACT

USMAN NUR U (MM12391355): PERCEPTION AND EXPECTATION OF MARKETING MIX EFFECT ON CUSTOMER SATISFACTION AND CONFIDENCE IN CONSUMER FINANCE BRANCH MANDALA MULTIFINANCE POLEANG

The development of technology and the increasing quality of financial institutional and banking services as competitors Mandala finance company branch Poleang Multinance make aplikasi share of finance companies Mandala Multifinance Poleang the smaller branches caused consumers do not believe. In this regard the researcher wants to know the cause of the decline in corporate finance application data Mandala Multifinance Poleang fluctuating branch.

This study took a sample of the company consumer finance branch Multiinance Cabang Poleang Mandala using purposive sampling method by the number of respondensts were 100 people using the program Partial Least Square (PLS) to determine the relationship between the variables that affect consumer confidence.

The result showed that consumer expectations affect positively but not significantly to customer satisfaction, while the marketing mix positive and significant effect on customer satisfaction. While customer satisfaction and a significant positive effect on consumer confidence.

Keywords : consumers expectation, marketing mix, consumers satisfaction and consumers confidence.