

## ABSTRAK

**ARDIAN ABDULLAH**, 2022. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Agri Di Kabupaten Bulukumba. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh Pembimbing I Agussalim dan Pembimbing II Wahyudin.

Tren industri perhotelan menjadi fenomena baru di era saat ini, olehnya itu penting bagi pengelola hotel untuk menerapkan strategi bauran pemasaran untuk meningkatkan daya saing dan kepuasan konsumen. Strategi ini mengedepankan empat aspek utama yakni produk, harga, promosi dan juga tempat. Penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh produk, harga, tempat dan promosi terhadap kepuasan konsumen Hotel Agri Bulukumba.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner terhadap 50 responden yang berstatus sebagai konsumen Hotel Agri Bulukumba. Selanjutnya data dianalisis menggunakan SPSS 20 untuk mengetahui pengaruh antar variabel.

Hasil penelitian menemukan variabel produk, harga, tempat dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap konsumen Hotel Agri Bulukumba. Sementara secara parsial, variabel produk dan harga berpengaruh positif signifikan dan variabel tempat serta promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Hotel Agri Bulukumba.

**Kata Kunci:** Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Tempat, Promosi, Kepuasan Konsumen

