

ABSTRAK

Tri Febriani. Nim 7122210011. “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Penggunaan Listrik Prabayar (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Perbaungan”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan bukti fisik terhadap penggunaan listrik prabayar (studi kasus masyarakat di kecamatan perbaungan). Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif (menunjukkan hubungan antara variabel). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan listrik prabayar di kecamatan perbaungan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, dengan jumlah sampel 388 responden. Pengambilan data menggunakan kuesioner. Metode analisis yang digunakan analisis regresi berganda, uji F, dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak seluruh variabel bauran pemasaran jasa berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan listrik prabayar. Dari semua hipotesis yang diajukan hanya proses yang berpengaruh negatif dan tidak signifikan, sedangkan variabel lainnya seperti produk, harga, promosi, tempat, orang dan bukti fisik berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan listrik prabayar di kecamatan perbaungan.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran Jasa, Penggunaan Listrik Prabayar.

ABSTRACT

Tri Febriani. Nim 7122210011. "The Influence of the Service Marketing Mix on Prepaid Electricity Use (Community Case Studies in Perbaungan Sub-Districts)".

This Study aims to determine the influence of service marketing mix which consist of product, price, promotion, place, people, process, and physical evidence on prepaid electricity use (community case studies in perbaungan sub-district). The research method is using quantitative (showing the relationship between variables to one another). The population in this research are all costumer prepaid electricity in perbaungan sub-districts. Sampling technique in this research is using purposive sampling, with total sampling are 388 respondents. Data collection using questionnaires. The analytical method wich using multiple linear regression analysis, F test, and T test.

The result of research show that not all variables of service marketing mix significantly on prepaid electricity use. From all hypothesis only processes that have a negative and insignificant effects, while other variables such as products, prices, promotions, places, people, and physical evidence significantly influence prepaid electricity usage in perbaungan sub-districts.

Keywords: Service Marketing Mix, Prepaid Electricity Use

THE
Character Building
UNIVERSITY