

## ABSTRAK

### **Riska Dwi Prihandayani (1138020210) : Analisis Strategi Pemasaran Listrik Prabayar Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT.PLN Persero Area Purwakarta)**

Strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran mempunyai turunan yaitu segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar. Kepuasan konsumen adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Strategi pemasaran dan kepuasan konsumen mempunyai tujuan pemasaran harus menentukan cara yang terbaik guna mendapatkan keuntungan yang maksimal dan memberikan kepuasan konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh segmentasi pasar, pengaruh target pasar dan pengaruh posisi pasar terhadap kepuasan konsumen di PT PLN Persero Area Purwakarta.

Teori yang digunakan Penelitian ini menggunakan teori segmentasi pasar yang disampaikan oleh Kotler (2009) mengenai perbedaan konsumen, teori target pasar oleh Fandy Tjiptono (2012) mengenai memilih beberapa segmen pasar yang dinilai paling menarik untuk dilayani dan teori posisi pasar oleh kotler (2008) mengenai produk yang paling potensial dalam suatu perusahaan.

Metodelogi penelitian yang digunakan yaitu jenis kuantitatif. Kemudian menggunakan metode deskriptif korelasional dan statistika deskriptif pengambilan sampel dengan cara Random Sampling yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada didalam populasi. Teknik analisis data menggunakan Uji validitas, Uji reliabilitas, Regresi berganda, Uji t, Uji F, Koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS versi 24.

Dari hasil penelitian ini diperoleh persamaan regresi berganda yaitu  $Y = 4.563 - 0.213 X_1 + 0.176 X_2 + 0.763 X_3$ . Hasil uji t menunjukkan secara parsial segmentasi pasar berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen, target pasar berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, posisi pasar berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Uji F secara simultan bahwa segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci : Segmentasi Pasar, Target Pasar, Posisi Pasar, Kepuasan Konsumen.**