

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *marketing mix* (*product, price, place, promotion*) terhadap loyalitas pelanggan pada cafe suis butcher steak house bandung. Penelitian ini menggunakan Marketing Mix sebagai variabel independen dengan sub variabel *product, price, place, promotion* dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 konsumen Suis Butcher *Steak House* Bandung sebagai sampel penelitian.

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Marketing mix berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan cafe suis butcher steak house yaitu sebesar 60,3% dan sisanya 39,7% tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Marketing mix, Loyalitas pelanggan