

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UD. MEDIA SARANA GIANYAR

ABSTRAK

Pelanggan adalah nyawa dari setiap bisnis yang dibangun. Bisnis tidak akan bisa tumbuh dengan besar tanpa adanya dukungan dan dorongan dari pelanggan yang mempercayakan kebutuhan mereka kepada bisnis tersebut. Pelanggan merupakan bagian dari siklus pemasaran. Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris tentang pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Media Sarana, Gianyar.

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah kualitas produk, promosi, harga terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Media Sarana Gianyar. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 100 sampel. Metode pengumpulan data dengan kuesioner. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil pengujian dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas produk, promosi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Media Sarana, Gianyar.

Kata kunci: kualitas produk, promosi, harga, kepuasan pelanggan

UNMAS DENPASAR

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PROMOTION AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION ON UD. MEDIA SARANA GIANYAR

ABSTRACT

The customer is the life of every business built. A business cannot grow big without the support and encouragement of customers who entrust their needs to the business. Customers are part of the marketing cycle. All activities carried out by a company will ultimately boil down to the value that will be given by customers regarding perceived satisfaction. This study aims to test and obtain empirical evidence on the effect of product quality, promotion and price on customer satisfaction at UD. Media Means, Gianyar.

The object of research in this study is product quality, promotion, price to customer satisfaction at UD. Media Means. The number of samples used in the study was 100 samples. Data collection method with questionnaires. The analysis used in this study is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis.

Based on the results of the examiners, it can be concluded that product quality, promotion and price have a positive and significant effect on customer satisfaction at UD. Media Means, Gianyar.

Keywords: *product quality, promotion, price, customer satisfaction*

