

Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Merek Indah Lestari

Melita Maria Dolorosa Halawa¹⁾, Meralda Regina Manalu²⁾

Korespondensi : Rosinta Romauli Situmeang, S.Pd., M.Si

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi, pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Merek Indah Lestari. Fenomena penurunan kepuasan pelanggan, kualitas produk yang terdiri dari fasilitas yang disediakan, promosi yang dilaksanakan dan pelayanan yang dilakukan oleh karyawan menjadi latar belakang penelitian ini. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan simple random sampling dengan menggunakan rumus slovin dalam penentuan sampel. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 105 orang. Pengujian asumsi klasik digunakan untuk menguji data. Pada pengujian data secara parsial, variabel kualitas produk, promosi, pelayanan dan kepuasan pelanggan menunjukkan pengaruh secara positif dan signifikan dari masing-masing variabel terhadap kepuasan pelanggan pada PT Merek Indah Lestari. Pada pengujian analisa data secara simultan, variabel kualitas produk, promosi, pelayanan dan kepuasan pelanggan menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Merek Indah Lestari.

Kata Kunci : kualitas produk, promosi, pelayanan dan kepuasan pelanggan.

The Effect of Product Quality, Promotion and Service on Customer Satisfaction at PT. Merek Indah Lestari

Melita Maria Dolorosa Halawa¹⁾, Meralda Regina Manalu²⁾

Corespondent : Rosinta Romauli Situmeang, S.Pd., M.Si

*Management Study Program
Faculty of Economics
Universitas Prima Indonesia*

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine and analyze the effect of product quality, promotion, service on customer satisfaction at PT Brand Indah Lestari. The phenomenon of decreasing customer satisfaction, product quality consisting of the facilities provided, promotions carried out and services provided by employees are the background of this research. The sampling technique in this study used simple random sampling using the Slovin formula in determining the sample. The number of samples in this study were 105 people. Classical assumption test is used to test the data. In partial data testing, the variable product quality, promotion, service and customer satisfaction shows a positive and significant influence of each variable on customer satisfaction at PT Brand Indah Lestari. In testing the data analysis simultaneously, the variables of product quality, promotion, service and customer satisfaction showed a positive and significant influence on customer satisfaction at PT Brand Indah Lestari.

Keywords: product quality, promotion, service and customer satisfaction