

Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tanggap dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Global Graha Sarana Abadi

Jefrey¹⁾, Rosinta Romauli Situmeang²⁾, Christopher³⁾

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Penelitian dilakukan di PT Global Graha Sarana Abadi. PT Global Graha Sarana Abadi adalah perusahaan yang menjual peralatan listrik rumah tangga dan alat penerangan di pasar retail. Berdasarkan pengaduan yang diterima, korporasi kini menghadapi penurunan loyalitas pelanggan. Secara umum, kualitas produk terkait dengan kemampuan suatu produk untuk berkembang serta kemampuannya untuk memenuhi pekerjaannya. Kemauan seseorang untuk melayani klien disebut sebagai daya tanggap. Karyawan akan dievaluasi secara terpisah atas kemampuannya dalam memberikan layanan yang cepat dan efisien. Proses peluncuran produk perusahaan melibatkan penawaran beberapa insentif kepada konsumen potensial yang akan membeli produk. Manajemen pemasaran akan membatasi batasan teori dalam kualitas produk, daya tanggap, promosi dan kepuasan pelanggan. Rumus Slovin digunakan dalam analisis ini untuk membuat rumus pengambilan sampel acak sederhana. Untuk survei terhadap populasi 136 pelanggan, digunakan 30 orang untuk memverifikasi validitas. Sebagai alat pengumpulan data, analisis kuantitatif dipilih. Proses analisis yang berbeda, pengujian keputusan, dan pengujian simultan ($28,190 > 3,09$), serta tes parsial ($2,779 > 1,984$), ($5,529 > 1,984$), dan ($4,794 > 1,984$), digunakan. kualitas produk, daya tanggap, promosi dan kepuasan pelanggan semuanya ditemukan positif dan penting, dengan koefisien 44,9 persen.

Kata Kunci : kualitas produk, daya tanggap, promosi dan kepuasan pelanggan