

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PENJUALAN PERORANGAN DAN
PEMASARAN RELASIONAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PELANGGAN DI PT. PANCA NIAGA
JAYA LESTARI**

**Edgina Tris Louis¹ Elgine Tris Louis²
Program Studi Management
Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia**

Abstrak

PT. Panca Niaga Jaya Lestari adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan produk fast moving, menawarkan berbagai merek seperti Kurnia, Hatari, Fox, dan Indodes. Terletak di Mekar Baru Kisaran, perusahaan ini menghadapi tantangan dari persaingan yang semakin ketat, yang menyebabkan adanya penurunan dalam pembelian pelanggan setiap tahunnya. Meskipun penurunan ini tidak terlalu signifikan, jika dibiarkan terus menerus, dapat memberikan dampak negatif yang lebih besar. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan terdiri dari seluruh pelanggan yang melakukan pembelian di perusahaan selama tahun 2022, berjumlah 197 pelanggan. Dengan menggunakan teknik sampling Slovin pada tingkat kepercayaan 95% dan margin error 5%, jumlah sampel yang ditetapkan adalah 132 pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Penjualan Perorangan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan Pemasaran Relasional turut memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara keseluruhan, Kualitas Produk, Penjualan Perorangan, dan Pemasaran Relasional secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Penjualan Perorangan, Pemasaran Relasional, Keputusan Pembelian