

ABSTRAK

Diza Pazqua Azzahra, NIM 7203260011. “Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UKM Kawurana Herbal Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai”. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan 2024.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara Promosi Penjualan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UKM Kawurana Herbal Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi pada penelitian ini yaitu pelanggan UKM Kawurana Herbal yang tidak diketahui jumlahnya.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan *Purposive Sampling* dan diperoleh sebanyak 100 sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner sebagai alat ukur. Kuesioner tersebut lalu di uji validitas dan reliabilitasnya. Lalu uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Setelah itu uji hipotesis yang terdiri dari uji parsial atau uji T, uji simultan atau uji F dan uji koefisien determinan atau R^2 . Data diolah menggunakan program SPSS versi 29.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi Penjualan dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Selain itu, Promosi Penjualan dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan. Koefisien Determinasi yang disesuaikan (R^2) sebesar 0,460 maka memiliki arti bahwa variabel Promosi Penjualan (X_1), dan Kualitas Produk (X_2) memberikan sumbangan pengaruh secara bersama-sama sebesar 46% terhadap variabel Kepuasan Pelanggan dan sisanya 54% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat variabel lain yang dapat menjelaskan Kepuasan Pelanggan

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Diza Pazqua Azzahra, NIM 7203260011. "The Influence of Sales Promotion and Product Quality on Customer Satisfaction at UKM Kawurana Herbal in Perbaungan Subdistrict, Serdang Bedagai Regency". Department of Management, Faculty of Economics, Universitas Negeri Medan, 2024.

This study aims to determine whether there is an influence of Sales Promotion and Product Quality on Customer Satisfaction at UKM Kawurana Herbal in Perbaungan Subdistrict, Serdang Bedagai Regency. This research uses a quantitative approach with an associative type of research. The population in this study consists of customers of UKM Kawurana Herbal whose exact number is unknown.

The sampling technique used in this study is Purposive Sampling, resulting in a total of 100 samples. Data collection techniques used a questionnaire as the measuring instrument. The questionnaire was then tested for validity and reliability. Subsequently, classical assumption tests, including normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test, were conducted. This was followed by hypothesis testing, which included partial test (T test), simultaneous test (F test), and determination coefficient test (R²). Data were processed using SPSS version 29.

The results show that Sales Promotion and Product Quality have a positive and significant influence on Customer Satisfaction. Moreover, Sales Promotion and Product Quality have a simultaneous influence on Customer Satisfaction. The Adjusted Coefficient of Determination (R²) is 0.460, meaning that the variables of Sales Promotion (X₁) and Product Quality (X₂) collectively contribute 46% to Customer Satisfaction, while the remaining 54% is influenced by other variables not included in this study. This indicates that there are still other variables that can explain Customer Satisfaction.

Keywords: Sales Promotion, Product Quality, Customer Satisfaction.