

Teknik Branding Di Media Sosial dalam Menjaring Pangsa Pasar Baru

Muhamad Ridwan
muhrdw1@gmail.com

ABSTRAK Panaliten menika gadhah ancas kangge mangertosi pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, kepuasan pelanggan bisa sebagian utawa bebarengan. Panliten iki asipat asosiatif kanthi pendekatan kuantitatif. Nggunakake teknik survey kanthi instrumen pangumpulan dhata kang digunakake yaiku angket kanthi skala Likert. Panliten iki nggunakake teknik probability sampling nggunakake rumus Slovin. Analisis dhata nggunakake analisis regresi sederhana, analisis regresi linier berganda, lan koefisien determinasi. Asil kasebut nuduhake yen kualitas layanan nduweni pengaruh positif marang kepuasan pelanggan. Iki dibuktekake kanthi uji hipotesis parsial, entuk regresi prasaja saengga H_0 ditolak lan H_1 ditampa, tegese ana pengaruh positif lan signifikan antarane kualitas layanan lan kepuasan pelanggan. Asil panaliten kualitas produk nduweni pengaruh positif marang kepuasan pelanggan sing dibuktekake kanthi regresi prasaja, $t_{hitung} > t_{tabel}$ lan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,005$). Kanthi mangkono H_0 ditolak lan H_2 ditampa, tegese ana pengaruh positif lan signifikan antarane kualitas produk lan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan lan kepuasan pelanggan nduweni pengaruh sing signifikan marang kepuasan pelanggan, kanthi asil. Uji hipotesis kanthi bebarengan supaya $56 > 3,12$ lan nilai signifikansi kurang saka $0,05$ ($0,000 < 0,005$). Mangkono H_0 ditolak lan H_3 ditampa, tegese ana pengaruh signifikan simultan antarane kualitas layanan lan kualitas produk marang kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Layanan prima, Produk kualiti, Hubungan

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2014). Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan. Yogyakarta: Penerbit Aswaja Pressindo.
- Algifari, (2017). Analisis Regresi, Teori, Kasus dan Solusi. BPFE UGM, Yogyakarta.
- Arikunto, Suharsimi. (2017). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bateman dan Snell. (2014). Manajemen kepemimpinan dan Kerja Sama dalam Dunia yang Kompetitif. Edisi 10, Jakarta : Salemba Empat.
- Ghozali, Imam. (2017). Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, Hani. (2015). Manajemen Personal & Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Hasibuan, Malayu SP. (2014). Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan Keempat belas, Jakarta, Penerbit : Bumi Aksara.
- Imam Ghozali & Dwi Ratmono. Analisis Multivariat dan Ekonometrika (Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Eviews 10). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2017, Hal.196.
- Kotler, dan Amstrong. (2015). Principles of Marketing Fifteenth Edition.
- Kotler, dan Keller. (2016). Marketing Management, 15th Edition. New Jersey: P Pearson Prentice Hall, Inc.
- Manap, H. Abdul (2016). Revolusi Manajemen Pemasaran. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Priansa dan Hasan. (2017). Strategi Pemasaran, Marketing, dan Kasus-Kasus Pilihan. Buku I, Cetakan Kedua. Penerbit CAPS : Yogyakarta.
- Singgih Santoso, (2017). Menguasai Statistik dengan SPSS 24. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sudjana, (2016). Metode Statistika. Bandung: PT. Tarsido Bandung.