

MBANGUN HUBUNGAN KARO PELANGGAN KANTHI NYEDHIYAKAKE PRODUK LAN LAYANAN SING BERKUALITAS

Nadya Alifa

nataliaalianitaita@gmail.com

Abstrak

Perekonomian Indonesia ing taun kepungkur pancen ngalami alangan amarga pandemi. Pas pemerintah ngumumake positif Covid 19 ing Indonesia tanggal 2 Maret 2020, ekonomi Indonesia ngalami kemunduran ing saindhenging taun 2020 amarga implementasine PSBB amarga pandemi. Miturut Kompas, Rebo 27 Januari 2021, konsumsi rumah tangga ing taun 2019 nyumbang nganti 57 persen pertumbuhan ekonomi, dene ing taun 2020 pandemi nyebabake jutaan tenaga kerja kelangan kerja utawa ngalami penurunan penghasilan. Kawicaksanaan PSBB kanggo nyegah panyebaran pandemik Covid-19 nyebabake mobilitas lan aktivitas masyarakat sing terbatas sing nyebabake nyuda permintaan domestik. UMKM hadir minangka sarana ningkatake ekonomi masyarakat miskin, yaiku kanthi ngembangake lapangan kerja lan nyerep tenaga kerja saengga UMKM bisa dadi sarana alternatif kanggo nggerakake roda ekonomi rakyat. Kajaba iku, UMKM bisa nduweni peran minangka sarana nambah devisa, amarga pasar UMKM ora mung ing njero nanging uga ing luar negeri.

Kata Kunci: Reliabilitas, Migunani, Layanan, Kepuasan, Kesan Positif

PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Assegaf, M. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Penerbangan PT. Garuda Di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol 10 No 2.
- Giardo, dkk. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*: Vol 48, No. 1.
- Hadion, dkk. (2020). *Manajemen Pemasaran Ing Era Globalisasi*. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Herlina, Y. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Makanan Cepat Saji (Studi Kasus California Fried Chicken Jamtos). Jambi: UIN Sulthan Thaha Saifuddin.
- Joshua, D & Padmalia, M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Vol 5 No 1.
- Kotler dan Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 Edisi Kedua belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. (2017). *Pemasaran*, Edisi kapisan. Salemba Empat. Jakarta
- Kotler & Armstrong. (2015). *"Marketing an Introducing Prentice Hall edisi kaping rolas"* , Inggris: Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran 15*. Edisi Global Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2018). *Prinsip Pemasaran*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.