

## **PENGARUH STRATEGI PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TAS DAN DOMPET MAJU JAYA PROMOTION HOME INDUSTRY**

**ROFI DEWANTORO**

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,  
Universitas Dian Nuswantoro Semarang  
URL : <http://dinus.ac.id/>  
Email : 211201002075@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Maju jaya promotion merupakan usaha rumahan yang membuat tas dan dompet pesanan dari berbagai toko emas yang ada di pulau jawa. Maju jaya promotin mengalami penurunan omset penjualan, karena ada berbagai masalah berkaitan dengan strategi promosi, kualitas produk dan faktor kepuasan pelanggan. Keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang ini dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu selain harga yang relatif murah, juga dipengaruhi oleh kualitas produk dan ada kesesuaian antara harga dengan kualitas yang didapat sehingga pada akhirnya timbul kepuasan pada konsumen selama menggunakan produk tersebut. Oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah pengaruh strategi promosi, kualitas produk dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan tas dan dompet dari Maju Jaya promotion Home industry. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan purposive sampling dimana peneliti menentukan sampelnya dari pelanggan yang terdata di Maju Jaya Promotion Home industry berdasarkan kriteria yang peneliti tetapkan yaitu telah tercatat minimal selama satu tahun terakhir dengan jumlah 100 orang.

Hasil penelitian menemukan bahwa Strategi pemasaran, kualitas produk dan kepuasan mempunyai pengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan Maju Jaya Promotion. Variabel strategi promosi memiliki pengaruh lebih besar terhadap loyalitas pelanggan dibandingkan dengan variabel lainnya yang ditunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,236 sedangkan koefisien regresi variabel kualitas produk dan kepuasan masing-masing sebesar 0,161 dan 0,138.

Kata Kunci : strategi promosi, kualitas produk, kepuasan dan loyalitas pelanggan

## **THE EFFECT OF PROMOTION STRATEGY, PRODUCT QUALITY AND SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY OF BAGS AND WALLETS IN MAJU JAYA PROMOTION HOME INDUSTRY**

**ROFI DEWANTORO**

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,  
Universitas Dian Nuswantoro Semarang  
URL : <http://dinus.ac.id/>  
Email : 211201002075@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Maju jaya promotion is a home-based business that bags and wallets order from various gold shop in the island of java. Maju jaya promotion decreased sales turnover. because there area variety of problem related to marketing strategies, product quality and customer satisfaction factors. The desire of customer to re-purchase is influenced by several factors, besides the price is relatively cheap, is also influenced by product quality and there is conformity between price and quality are obtained hence develop customer satisfaction while using the product. Therefore the aim of this study was the effect of promotion strategy, product quality and satisfaction on customer loyalty. The population in this study are all customers of bags and wallets from Maju Jaya Promotion home industry. The sampling technique used was purposive sampling where researchers determine the sample of customers recorded in Maju Jaya Promotion home industry based on the terms of the criteria set that has been recorded for at least the past year the number of 100 people.

The results found that the marketing strategy, product quality and satisfaction has a significant influence either partially or simultaneously on customer loyalty Maju Jaya Promotion. Variable promotion strategies have a greater influence on customer loyalty than other variables that demonstrated the value of regression coefficient of 0.236 while the regression coefficient variable product quality and satisfaction respectively 0.161 and 0.138.

**Keyword** : promotion strategy, product quality, satisfaction and customer loyalty