

ABSTRAK

Rezi Alvionita, No.BP 17101155310250, Manajemen (2021), Analisis Mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Daya Saing Perusahaan Dan Dampaknya Pada Penjualan Produk (Analisis Studi Kasus Pada PT. Gudang Garam, Tbk), dibawah bimbingan Bapak Emil Salim, SE, MM dan Ibu Nila Pratiwi, SE, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Analisis Mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Daya Saing Perusahaan Dan Dampaknya Pada Penjualan Produk (Analisis Studi Kasus Pada PT. Gudang Garam, Tbk). Penelitian ini terdiri dari tiga variabel Independen yaitu Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga dan satu variabel Penjualan Produk serta satu variabel intervening Daya Saing. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden yaitu konsumen PT. Gudang Garam, Tbk.

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan Uji Parsial (Uji t) diperoleh: a) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap daya saing, b) terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan kualitas produk terhadap daya saing, c) terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap daya saing, d) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap penjualan produk, e) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap penjualan produk, f) terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan harga terhadap penjualan produk, g) terdapat pengaruh positif dan signifikan daya saing terhadap penjualan produk, h) minat beli dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap penjualan produk, i) minat beli tidak dapat memediasi hubungan antara kualitas produk terhadap penjualan produk, j) minat tidak dapat memediasi hubungan antara harga terhadap penjualan produk.

Akhirnya penulis menyarankan kepada PT. Gudang Garam, Tbk untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan daya saing,

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Daya Saing, Penjualan Produk

ABSTRACT

Rezi Alvionita, No. BP 17101155310250, Management (2021), Analysis of the Effect of Service Quality, Product Quality and Price on Company Competitiveness and Their Impact on Product Sales (Case Study Analysis at PT. Gudang Garam, Tbk), under the guidance of Mr. Emil Salim , SE, MM and Mrs. Nila Pratiwi, SE, MM

This study aims to determine how big the analysis of the influence of service quality, product quality and price on the competitiveness of the company and its impact on product sales (Case Study Analysis at PT Gudang Garam, Tbk). This study consists of three independent variables, namely Service Quality, Product Quality and Price and one Product Sales variable and one Competitiveness intervention variable. The analytical method used is path analysis. The method of data collection in this study is to use a questionnaire filled out by respondents, namely consumers of PT. Gudang Garam, Tbk.

The results obtained based on the Partial Test (t test) obtained: a) there is a positive and significant effect of service quality on competitiveness, b) there is a negative and insignificant effect of product quality on competitiveness, c) there is a positive and significant effect of price on competitiveness. competition, d) there is a positive and significant effect of service quality on product sales, e) there is a positive and significant effect of product quality on product sales, f) there is a negative and insignificant effect on price on product sales, g) there is a positive and significant influence on competitiveness towards product sales, h) buying interest can mediate the relationship between service quality and product sales, i) buying interest cannot mediate the relationship between product quality and product sales, j) interest cannot mediate the relationship between price and product sales.

Finally the author suggested to PT. Gudang Garam, Tbk to be able to improve service quality, product quality, price and competitiveness,

Keywords: Service Quality, Product Quality, Price, Competitiveness, Product Sales