

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP INOVASI PRODUK DAN HARGA (STUDI HALWA MOSLEM WEAR) DI MARTAPURA

Nur Najmi Awangga Putri¹ Syahrani, SE,MM², Hj. Farida Yuliani, SE, MM³

¹Manajemen (61201), Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 19310517

²Manajemen (61201), Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1125097401

³Manajemen (61201), Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1121076901

Email: putrinajmi123@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana inovasi produk dalam meningkatkan kepuasan pelanggan serta untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan terhadap harga yang ada di halwa moslem wear

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif adalah penelitian yang menafsirkan dan menguraikan data yang bersangkutan dengan situasi yang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi dalam suatu perusahaan.

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan observasi dan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan halwa moslem wear di martapura

Dari Hasil penelitian mendapatkan bahwa pelanggan merasa puas terhadap inovasi produk yang ditawarkan Halwa Moslem Wear serta pelanggan cenderung puas terhadap harga yang diberikan oleh Halwa Moslem Wear

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Inovasi Produk, Harga

ABSTRACT

This study aims to find out how product innovation improves customer satisfaction and to find out how customer satisfaction is with prices in Halwa Moslem Wear

This type of research is a qualitative descriptive research. Qualitative descriptive is research that interprets and describes data related to the situation that occurs, attitudes and views that occur in a company.

The collection of research data was carried out by observation and data collection by distributing questionnaires to Halwa Moslem wear customers in Martapura.

From the results of the study it was found that customers were satisfied with the product innovation offered by Halwa Moslem Wear and customers tended to be satisfied with the prices provided by Halwa Moslem Wear

Keywords: Customer Satisfaction, Product Innovation, Price

Daftar Pustaka

- Abdurrahman , H. (2015). Manajemen Strategi Pemasaran . Bandung : CV. Pustaka Setia .
- Agus, Susanto. (2013). Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Karangmlati. Universitas Negeri Semarang.
- Amaliyyah, R. (2021). Pengaruh Harga dan Kepercayaan pada Jasa Pengiriman X terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce di Jakarta. 2(1), 6.
- Giese & Cote. (2000). Academy of Marketing Science Review. Defining Consumer Satisfaction Volume 2000 No. 1.
- Gitosudarmo, I. (2014). Manajemen Operasi. Yogyakarta. BPFE-. Yogyakarta. Harini. 2008. Makroekonomi Pengantar. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler , G. A. (2016). Marketing Managemen. Edisi 14 New Jersey:Prentice Hall Published . Jakarta : Erlangga .
- Makmur, Rohana Thahier, (2015). Inovasi & Kreativitas Manusia Dalam Administrasi Dan Manajemen. Bandung. Penerbit Refika Aditama.
- Sudjana, Nana. (2016). Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar. BANDUNG: PT. REMAJA ROSDAKARYA.
- Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta