

## **ABSTRACT**

**JEVON AUSTEN**

**03011200066**

### **THE EFFECT OF PROMOTION, BRAND IMAGE, AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT PT KARYA FURNINDO MODERN**

(xvi+87 pages; 6 figures; 33 tables; 6 appendices)

PT Karya Furnindo Modern is a manufacturing company located on Jalan Irian Barat, Medan and is engaged in the production of home furniture such as sofas and spring beds. With the existing competition, the company's sales do not appear to be in line with the company's expectations or targets. The decline in customer satisfaction that occurred within the company was known to be due to promotion, brand image, product quality.

The research population that will be used in the study is all customers who have made a purchase at PT Karya Furnindo Modern as much as 108 customers. Because the total population used is 108 customers, In connection with the total population, which is only 108 customers, the sampling technique uses a saturated sample.

The study has indicated that promotion variable has a value of  $t_{count}$  (3.720) which is greater than  $t_{table}$  (1.982) with a significance value of 0.000 which is less than 0.05, so it can be concluded that Promotion has a positive and significant effect on Customer Satisfaction at PT Karya Furnindo Modern Medan. Brand Image variable has a value of  $t_{count}$  (2.230) which is greater than  $t_{table}$  (1.982) with a significance value of 0.000 which is less than 0.05 so it can be concluded that Brand Image has a positive and significant effect on Customer Satisfaction at PT Karya Furnindo Modern Medan. Product Quality variable has a value of  $t_{count}$  (4.993) which is greater than  $t_{table}$  (1.982) with a significance value of 0.000 which is less than 0.05 so it can be concluded that Product Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction at PT Karya Furnindo Modern Medan.

**Keywords: Brand Image, Customer Satisfaction, Product Quality, Promotion**

## **ABSTRAK**

**JEVON AUSTEN**

**03011200066**

### **PENGARUH PROMOSI, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT KARYA FURNINDO MODERN**

(xvi+87 halaman; 6 gambar; 33 tabel; 6 lampiran)

*PT Karya Furnindo Modern merupakan perusahaan manufaktur yang berlokasi di Jalan Irian Barat, Medan dan bergerak dalam bidang produksi furniture rumah seperti sofa dan spring bed. Dengan adanya persaingan yang ada, penjualan perusahaan nampaknya belum sesuai dengan harapan atau target perusahaan. Menurunnya kepuasan pelanggan yang terjadi pada perusahaan diketahui disebabkan oleh promosi, citra merek, kualitas produk.*

*Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh pelanggan yang pernah melakukan pembelian pada PT Karya Furnindo Modern sebanyak 108 pelanggan. Karena jumlah populasi yang digunakan adalah 108 pelanggan, maka sehubungan dengan jumlah populasi yang hanya 108 pelanggan maka teknik pengambilan sampelnya menggunakan sampel jenuh.*

*Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi memiliki nilai tcount (3,720) yang lebih besar dari ttable (1,982) dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Karya Furnindo Modern Medan. Variabel Citra Merek memiliki nilai tcount (2,230) yang lebih besar dari ttable (1,982) dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Karya Furnindo Modern Medan. Variabel Kualitas Produk memiliki nilai tcount (4,993) yang lebih besar dari ttable (1,982) dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Karya Furnindo Modern Medan.*

***Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Promosi***