

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN MITRA PENJAMINAN KUR

(Studi Kasus pada PT. Jamkrindo Cabang Bandung)

ABSTRAK

Penelitian ini menemukan bahwa salah satu mitra penjaminan PT. Jamkrindo Cabang Bandung yaitu PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) memiliki volume penjaminan tertinggi diantara mitra penjaminan yang lain, namun volume penjaminan dan nilai *market share* nya mengalami penurunan dari tahun 2021 hingga tahun 2023. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan mitra penjaminan KUR pada PT. Jamkrindo cabang Bandung. Faktor yang diuji dalam penelitian ini kualitas produk dan promosi sebagai variabel independen, sedangkan variabel dependen adalah kepuasan mitra penjaminan KUR. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan menyebarkan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah PT. Bank Rakyat Indonesia di Kota dan Kabupaten Bandung sebagai mitra penjaminan KUR dari PT. Jamkrindo Cabang Bandung, dengan sampel 66 responden. Analisis data menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mitra penjaminan KUR PT. Jamkrindo Cabang Bandung, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mitra penjaminan KUR PT. Jamkrindo Cabang Bandung, dan kualitas produk dan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mitra penjaminan KUR PT. Jamkrindo Cabang Bandung.

Kata kunci : Kualitas Produk, Promosi, Kepuasan Pelanggan.

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PROMOTION ON KUR GUARANTEE PARTNER SATISFACTION

(Case Study at PT. Jamkrindo Cabang Bandung)

ABSTRACT

This study found that one of the guarantee partners of PT. Jamkrindo Bandung, namely PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) has the highest guarantee volume among other guarantee partners, but the guarantee volume and market share value have decreased from 2021 to 2023. This study aims to determine the effect of product quality and promotion on the satisfaction of KUR guarantee partners at PT. Jamkrindo Bandung. The factors tested in this study are product quality and promotion as independent variables, while the dependent variable is the satisfaction of KUR guarantee partners. The research method used is a quantitative method, with data collection techniques through observation and distributing questionnaires. The population in this study was PT. Bank Rakyat Indonesia in Bandung City and Regency as a KUR guarantee partner of PT. Jamkrindo Bandung, with a sample of 66 respondents. Data analysis using SPSS version 25. The results of the study showed that product quality had a positive and significant effect on the satisfaction of KUR guarantee partners of PT. Jamkrindo Bandung, promotion had a positive and significant effect on the satisfaction of KUR guarantee partners of PT. Jamkrindo Bandung, and product quality and products have a positive and significant effect on the satisfaction of KUR guarantee partners of PT. Jamkrindo Bandung.

Keywords : Product Quality, Promotion, Customer Satisfaction.