

ABSTRAK

PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOSMETIK WARDAH DI KOTA MEDAN

Rumusan dalam masalah penelitian ini adalah sejauh mana pengaruh relationship marketing terhadap kepuasan pelanggan kosmetik Wardah di Kota Medan dan sejauh mana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan kosmetik Wardah di Kota Medan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *relationship marketing* terhadap kepuasan pelanggan kosmetik Wardah di Kota Medan dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan kosmetik Wardah di Kota Medan.

Hipotesis dalam penelitian ini ialah *relationship marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kosmetik Wardah di Kota Medan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kosmetik Wardah di Kota Medan.

Pengumpulan data primer dilakukan melalui kuisioner yang disebarakan kepada pelanggan kosmetik Wardah yaitu Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara yang telah memakai produk Wardah minimal satu produk Wardah. Metode analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan metode analisis deskriptif dan metode analisis regresi linier berganda.

Dari hasil uji f secara serempak didapatkan hasil bahwa variabel relationship marketing dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat, yaitu kepuasan dan hasil uji parsial bahwa terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara *relationship marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan dan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan..

Kata Kunci : *Relationship Marketing*, Kualitas Produk dan Kepuasan

ABSTRACT

THE EFFECT OF RELATIONSHIP MARKETING AND PRODUCT QUALITY TO CUSTOMER SATISFACTION IN THE MEDAN CITY OF COSMETIC WARDAH

Formulation in this study is the extend to which the effect of relationship marketing on customers satisfaction Wardah in the Medan City and extend to which the effect of product quality on customers satisfaction Wardah in the Medan City. The purpose of this study was to determine and analyze the effect of relationship marketing on customer satisfaction kosmetik Wardah in the Medan City and was to determine and analyze the effect of relationship marketing on customer satisfaction cosmetic Wardah in the Medan City.

The hypothesis of this study is the effect of relationship marketing on customer satisfaction is positive and significant and then the effect of product quality on customer satisfaction is positive and significant.

Primary data were collected through questionnaires distibuted to customers Wardah cosmetics namely the Faculty of Economics and Business Student Universitas Sumatera Utara Student who has used at least one product Wardah. The analytical method used is by using deskriptive analysis and multiple linear regression analysis method.

From the test result F simultaneously showed that the variables of relationship marketing and product quality together positive and significant effect on the dependent variable is the gratification of satisfaction and the partial tes results that there is positive but not significant between relational marketing to customer satisfaction and there is positive and significant corelation between the quality of products to customer satisfaction.

Keywords : Relationship Marketing, Product Quality and Satisfaction