

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, DISTRIBUSI, DAN HARGA TERHADAP PEMASARAN BENUR CV MANUNGGAL RASA KECAMATAN RAJABASA

Oleh

Amelia Rahmawati

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas produk, distribusi, dan harga terhadap pemasaran benur CV Manunggal Rasa Kecamatan Rajabasa. Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan *expost facto* dan *survey*. Populasi yang digunakan dalam penelitian sebanyak 119 yang merupakan pelanggan CV Manunggal Rasa Kecamatan Rajabasa. Sampel yang digunakan sebanyak 92 pelanggan menggunakan teknik pengambilan sampel *probability sampling* dengan menggunakan *simple random sampling* yang diambil secara acak. Perhitungan menggunakan olah data SPSS dengan hasil bahwa terdapat pengaruh persepsi kualitas produk, distribusi, dan harga terhadap pemasaran benur di CV Manunggal Rasa Kecamatan Rajabasa dengan kadar determinasi 0,673 atau 67,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Distribusi, Harga, Pemasaran Benur, dan Persepsi Kualitas Produk.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PERCEIVED PRODUCT QUALITY, DISTRIBUTION, AND PRICE ON MARKETING BENUR CV MANUNGGAL RASA RAJABASA

By

Amelia Rahmawati

This study aims to determine the effect of perceived product quality, distribution, and price on the marketing of CV Manunggal Rasa fingerlings in Rajabasa District. This type of research is quantitative using descriptive verification method with expost facto and survey approach. The population used in the study was 119 who were customers of CV Manunggal Rasa Rajabasa District. The sample used was 92 customers using probability sampling technique using simple random sampling which was taken randomly. Calculations using SPSS data processing with the result that there is an effect of perceptions of product quality, distribution, and price on the marketing of fry at CV Manunggal Rasa Rajabasa District with a determination level of 0.673 or the remaining 67.3% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Distribution, Price, Fry Marketing, and Perception of Product Quality.