

ABSTRAK

Hapni Maulidina Chandra. NPM 15510268, Pengaruh Daya Minat dan Pelayanan Terhadap Produk Pada PT. Win Access Telecommunication, Skripsi, 2019.

Fenomena persaingan antara perusahaan yang ada telah membuat setiap perusahaan menyadari suatu kebutuhan untuk memaksimalkan aset-aset perusahaan demi kelangsungan perusahaan yang menghasilkan produk *handphone*. Salah satu aset untuk mencapai keadaan tersebut adalah melalui merek. Merek menjadi semakin penting karena konsumen tidak lagi puas hanya dengan tercukupi kebutuhannya. Merek berfungsi mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang atau sekelompok penyaji dan membedakannya dari produk sejenis dari penyaji lain. Bagi banyak perusahaan, merek dan segala yang diwakilinya merupakan aset yang paling penting, karena sebagai dasar keunggulan kompetitif dan sumber penghasilan masa depan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya minat dan pelayanan terhadap produk baik secara parsial maupun simultan pada PT. Win Access Telecommunication.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap produk, pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap produk dan daya minat dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap produk pada PT. Win Access Telecommunication.

Sebaiknya pihak perusahaan memperhatikan perilaku dari konsumen apakah minat yang diberikan kepada produk perusahaan memang sudah sesuai dengan produk yang kita tawarkan atau hanya sekedar melihat-lihat produk saja. Produk Smartphone sangat mudah ditawarkan kepada konsumen, akan tetapi mempertahankan produk tersebut menjadi salah satu unggulan dalam pangsa pasar membutuhkan strategi promosi yang jelas dan terarah.

Kata kunci : Daya Minat, Pelayanan, Produk