

ABSTRAK

Zulhijrian Syah (15510253) Analisis SWOT dan Kualitas Pelayanan Terhadap Strategi Pemasaran Pada PT Kawasan Industri Medan

Untuk mengatasi masalah tentang kelemahan sistem pengukuran strategi pemasaran perusahaan berfokus pada aspek keuangan dan mengabaikan strategi pemasaran non keuangan, seperti kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan aktivitas karyawan, dan sebagainya, maka diciptakanlah sebuah model pengukuran strategi pemasaran yang tidak hanya mencakup keuangan saja melainkan non keuangan pula, yaitu konsep analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats*). Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh analisis SWOT terhadap strategi pemasaran pada PT. Kawasan Industri Medan. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap strategi pemasaran pada PT. Kawasan Industri Medan. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh analisis SWOT dan kualitas pelayanan terhadap strategi pemasaran pada PT. Kawasan Industri Medan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis data kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dan kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut dengan alat uji korelasi *product moment* dan korelasi berganda tetapi dalam praktiknya pengolahan data penelitian ini tidak diolah secara manual, namun menggunakan *software* statistik SPSS. Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai signifikansi Kualitas pelayanan berdasarkan uji t diperoleh sebesar $t_{hitung} = 2,429$ dan $t_{tabel} = 1,66$ ($2,429 > 1,66$) (Sig $0.017 < \alpha 0.05$). dengan demikian H_0 ditolak. kesimpulannya : ada pengaruh nyata dan positif kualitas pelayanan terhadap strategi pemasaran. Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai signifikansi Kualitas pelayanan berdasarkan uji t diperoleh sebesar $t_{hitung} = 5,102$ dan $t_{tabel} = 1,66$ ($5,102 > 1,66$) (Sig $0.000 < \alpha 0.05$). dengan demikian H_0 ditolak. kesimpulannya : ada pengaruh nyata dan positif kualitas pelayanan terhadap strategi pemasaran. Berdasarkan hasil uji F diatas diperoleh nilai $F_{hitung} = 14,296$ dan $F_{tabel} = 3,13$ ($14,107 > 3,13$) (Sig. $0.000 < \alpha 0.05$), dengan demikian H_0 ditolak . kesimpulannya : ada pengaruh nyata dan positif analisis swot dan kualitas pelayanan terhadap strategi pemasaran..

Kata Kunci : Analisis SWOT, Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran