

## ABSTRAK

PT Matahari Departmen Store merupakan salah satu industri ritel yang ada di Indonesia. Matahari Departmen Store Cito menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat seperti pakaian, aksesoris, perlengkapan kecantikan, dan perlengkapan rumah, Demi meningkatkan dan mewujudkan visi dan misi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, dan Kualitas Produk Terhadap Efektivitas Pemasaran di Matahari Departmen Store CITO Surabaya. Metode penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei, responden penelitian sebanyak 100 konsumen Matahari Departmen Store Cito Surabaya sekaligus sebagai sampelnya. Variabel penelitian yaitu kualitas pelayanan(X1), kepuasan konsumen(X2), kualitas produk(X3), Efektivitas pemasaran(Y). Instrumen penelitian ini menggunakan kuisisioner (angket) yang terdiri dari 26 rincian pertanyaan. Kualitas pelayanan terdiri dari 17 pertanyaan, kepuasan konsumen terdiri dari 4 pertanyaan, kualitas produk terdiri dari 3 pertanyaan, dan efektivitas pemasaran terdiri dari 2 pertanyaan. Setiap pertanyaan diukur menggunakan skala likert dengan 5 opsi pilihan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*) dengan menggunakan program SPSS 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Efektivitas Pemasaran. 2) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Efektivitas Pemasaran.

Kata Kunci :Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Dan Efektivitas Pemasaran.

## **ABSTRACT**

*PT Matahari Departmen Store is one of the retail industries in Indonesia. Matahari Department Store Cito provides various needs of the community such as clothing, accessories, beauty supplies, and home appliances, in order to improve and realize the company's vision and mission. This study aims to analyze the Effect of Service Quality, Customer Satisfaction, and Product Quality on Marketing Effectiveness at Matahari Department Store CITO Surabaya. This research method is a quantitative research with a survey approach, the research respondents were 100 consumers of Matahari Department Store Cito Surabaya as well as the sample. The research variables were service quality (X1), customer satisfaction (X2), product quality (X3), marketing effectiveness (Y). This research instrument uses a questionnaire (questionnaire) which consists of 26 detailed questions. Service quality consists of 17 questions, customer satisfaction consists of 4 questions, product quality consists of 3 questions, and marketing effectiveness consists of 2 questions. Each question is measured using a Likert scale with 5 choice options. The data analysis method used is path analysis using the SPSS 21 program. The results of this study indicate that: 1) Service Quality and Customer Satisfaction have a significant effect on Marketing Effectiveness. 2) Product Quality has a significant effect on Marketing Effectiveness.*

*Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Product Quality, and Marketing Effectiveness*