

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, MARKETING STRATEGY AND CUSTOMER LOYALTY ON SALES PERFORMANCE IN MEDIATION OF LOCAL PRODUCT COMPETITIVENESS IN SMALL TILE INDUSTRY IN KAWISTOLEGI VILLAGE, KARANGGENENG DISTRICT (PLS)

DINDA NUSROTUL AINI

NIM. 041910263

Small industries and household crafts are very diverse. Among the well-known small industries located in rural areas and close to the agricultural sector is the tile craft industry. Roof tile products have the potential to be developed in connection with a fairly large market share in line with population growth and the pace of development. The tile craft industry has a very large role for society, namely as an alternative to creating and expanding employment opportunities, increasing income for each owner of production factors both directly or indirectly and can create equal employment opportunities.

This type of research is a quantitative approach with a sample size of 260 and the method used to analyze it is SEM with the Smart PLS version 3.0. the test used is the Outer Model test, Inner Model Test, Mediation Test and Hypothesis Test.

Based on the results of the Validity test, it shows that the Loading Factor value is more than 0.7 and the AVE value is more than 0.5 declared valid, in the Reliability test the Composite Reliability and Cronbach's Alpha values above 0.7 are said to be Reliable. It can be concluded that the product quality variable (X1) has a significant positive effect on sales performance (Y). Marketing strategy (X2) has a significant positive effect on sales performance (Y). Customer loyalty (X3) has a significant positive effect on sales performance (Y).

Keywords: product quality, marketing strategy, customer loyalty, sales performance and competitiveness. *SEM PLS*

RINGKASAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, STRATEGI PEMASARAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP PERFORMA PENJUALAN DIMEDIASI DAYA SAING PRODUK LOKAL PADA INDUSTRI KECIL GENTENG DI DESA KAWISTOLEGI KECAMATAN KARANGGENENG (PLS)

DINDA NUSROTUL AINI

NIM. 041910263

Industri kecil dan kerajinan rumah tangga sangat beragam banyaknya. Diantara industri kecil yang cukup dikenal yang berada dipedesaan serta dekat dengan sektor pertanian adalah industri kerajinan genteng. Produk genteng cukup potensial untuk dikembangkan berhubungan dengan pangsa pasar yang cukup besar seiring dengan pertumbuhan penduduk dan laju pembangunan. Industri kerajinan genteng peranannya sangat besar bagi masyarakat, yaitu antara lain sebagai alternatif penciptaan dan perluasan kesempatan kerja, peningkatan pendapatan kepada setiap pemilik faktor produksi baik secara langsung maupun tak langsung serta dapat menciptakan pemerataan kesempatan kerja.

Jenis penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel 260 dan metode yang digunakan untuk menganalisis yaitu SEM dengan alat *Smart PLS versi 3.0*. Uji yang digunakan adalah uji *Outer Model*, Uji *Inner Model*, Uji Mediasi dan Uji Hipotesis.

Berdasarkan hasil uji Validitas menunjukkan bahwa nilai Loading Faktor lebih dari 0,7 dan nilai AVE lebih dari 0,5 dinyatakan valid, pada uji Reliabilitas nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* diatas 0,7 dikatakan *Reliable*. Dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas produk (X1) berpengaruh positif secara signifikan terhadap performa penjualan (Y). Strategi pemasaran (X2) berpengaruh positif secara signifikan terhadap performa penjualan (Y). Loyalitas pelanggan (X3) berpengaruh positif secara signifikan terhadap performa penjualan (Y).

Kata kunci : kualitas produk, strategi pemasaran, loyalitas pelanggan, performa penjualan dan daya saing. *SEM PLS*