

Abstract

This research is entitled "Consumer Awareness Regarding Service Products PT Rusfarindo". PT. Rusfarindo is an export and import (customs) document company that has various strategies to increase consumer awareness. This research focuses on how PT. Rusfarindo increases consumer awareness regarding the products and services offered.

The aim of this research is to find out the level of consumer awareness regarding the product services offered by PT. Rusfarindo, what is consumer perception regarding the brand PT. Rusfarindo in the context of the services offered, what is the consumer experience of using service products PT. Rusfarindo and to what extent this affects their level of awareness.

The research method used for this research is descriptive qualitative. Data collection was carried out using interviews, observation and documentation methods. This approach allows for a deep understanding of the research subject, including the social dynamics and associated perceptions. With this method, the research aims to provide a comprehensive picture of the observed phenomena.

The research results show a significant increase in various aspects of business PT. Rusfarindo. By increasing consumer awareness through improving service quality and effective communication, companies will succeed in improving their brand image and being responsive to consumer feedback has strengthened customer loyalty.

Based on the research results, it is recommended that PT. Rusfarindo focuses on improving service quality and communication to increase consumer awareness. Responsiveness regarding consumer feedback is also important to strengthen customer loyalty and improve the company's brand image.

Keywords: Consumer Awareness, Product Services, Service Quality.

Abstrak

Penelitian ini berjudul “*Awareness* Konsumen Mengenai Produk Jasa PT. Rusfarindo”. PT. Rusfarindo adalah perusahaan dokumen ekspor dan impor (kepabeanan) yang memiliki berbagai macam strategi untuk meningkatkan *awareness* konsumennya. Penelitian ini difokuskan pada bagaimana PT. Rusfarindo meningkatkan *awareness* konsumen mengenai produk jasa dan pelayanan yang ditawarkan.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana tingkat *awareness* konsumen mengenai produk jasa yang ditawarkan oleh PT. Rusfarindo, bagaimana persepsi konsumen mengenai merek PT. Rusfarindo dalam konteks layanan yang ditawarkan, bagaimana pengalaman konsumen dengan menggunakan produk jasa PT. Rusfarindo dan sejauh mana hal ini memengaruhi tingkat kesadaran mereka.

Metode penelitian yang diambil untuk penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman yang mendalam tentang subjek penelitian, termasuk dinamika sosial dan persepsi yang terkait. Dengan metode ini, penelitian bertujuan untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang fenomena yang diamati.

Hasil penelitian menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam berbagai aspek bisnis PT. Rusfarindo. Dengan meningkatnya *awareness* konsumen melalui peningkatan kualitas pelayanan dan komunikasi yang efektif, perusahaan akan berhasil memperbaiki citra merek mereka dan responsif mengenai umpan balik konsumen telah memperkuat loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar PT. Rusfarindo fokus pada peningkatan kualitas pelayanan dan komunikasi untuk meningkatkan kesadaran konsumen. Responsif mengenai umpan balik konsumen juga penting untuk memperkuat loyalitas pelanggan dan memperbaiki citra merek perusahaan.

Kata kunci : *Awareness* Konsumen, Produk Jasa, Kualitas Pelayanan.

Abstrak

Ieu panalungtikan dijudulan “Kasadaran Konsumen Ngeunaan Produk Jasa PT. Rusfarindo”. PT. Rusfarindo mangrupa pausahaan dokumén ékspor jeung impor (bea cukai) anu miboga rupa-rupa strategi pikeun ngaronjatkeun kasadaran konsumen. Ieu panalungtikan museur kana kumaha PT. Rusfarindo ningkatkeun kasadaran konsumen ngeunaan produk sareng jasa anu ditawarkeun.

Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho tingkat kasadaran konsumen ngeunaan jasa produk anu ditawarkeun ku PT. Rusfarindo, kumaha persepsi konsumen ngeunaan merek PT. Rusfarindo dina konteks jasa anu ditawarkeun, kumaha pangalaman konsumen ngagunakeun produk jasa PT. Rusfarindo sareng sa jauh mana ieu mangaruhan tingkat kasadaran.

Métode panalungtikan anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta déskriptif kualitatif. Ngumpulkeun data dilaksanakeun ngagunakeun métode wawancara, observasi jeung dokuméntasi. Pendekatan ieu ngamungkinkeun pikeun pamahaman jero subjék panalungtikan, kaasup dinamika sosial jeung persepsi pakait. Ku ieu métode, panalungtikan miboga tujuan pikeun méré gambaran sacara komprehensif ngeunaan fénoména anu dititénan.

Hasil panalungtikan nunjukkeun paningkatan anu signifikan dina sagala rupa aspék usaha PT. Rusfarindo. Ku ningkatkeun kasadaran konsumen ku cara ningkatkeun kualitas layanan sareng komunikasi anu efektif, perusahaan bakal suksés ningkatkeun citra merekna sareng responsif kana tanggapan konsumen parantos nguatkeun kasatiaan pelanggan.

Dumasar kana hasil panalungtikan, disarankeun PT. Rusfarindo museurkeun kana ngaronjatkeun kualitas layanan jeung komunikasi pikeun ngaronjatkeun kasadaran konsumen. Responsiveness ngeunaan eupan balik konsumen ogé penting pikeun nguatkeun kasatiaan customer sarta ngaronjatkeun citra brand parusahaan.

Kata Kunci: Kasadaran Konsumén, Layanan Produk, Kualitas Palayanan.