

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality, price and after-sales service to customer satisfaction Suzuki Swift. Based on the results of pre-survey conducted by the authors show that the product quality, price and after-sales service are important factors that can affect the satisfaction of consumers who buy and using Suzuki Swift. The type of this research is descriptive and one time study with quantitative analysis. Sampling technique using probability sampling by using simple random sampling technique or sampling has the same chance. This research was conducted by questionnaire method to 134 consumers of Suzuki Indonesia who join in Suzuki Swift Club Indonesia in Jakarta. Quantitative analysis includes validity test and reliability test, classical assumption test, multiple regression analysis, t-test, coefficient of determination R^2 and F-test. The results showed that the value of R^2 of 0.742 indicates that independent variables consisting of product quality, price, after-sale service can explain the dependent variable of consumer satisfaction of 74,2%. Simultaneously, the product quality, price, after-sale service influence simultaneously to customer satisfaction with F significance value of 0.000. Partially, product quality, price, after-sale service have positive and significant effect to customer satisfaction.

Keywords: *product quality, price, after-sale service, customer satisfaction*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen Suzuki Swift. Berdasarkan hasil *pre-survey* yang dilakukan oleh penulis menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan layanan purna jual merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang menggunakan Suzuki Swift. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan analisis kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan menggunakan teknik *simple random sampling* atau sampel dianggap mempunyai peluang yang sama. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner terhadap 134 member Suzuki Swift Club Indonesia di DKI Jakarta yang sudah dapat dipastikan adalah konsumen sekaligus pengguna Suzuki Swift. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji-t, koefisien determinasi R^2 dan uji-F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diperoleh nilai R^2 sebesar 0.742 yang menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri atas kualitas produk, harga, dan layanan purna jual mampu menjelaskan variabel terikat kepuasan konsumen sebesar 74,2%. Secara simultan, kualitas produk, harga, dan layanan purna jual secara signifikan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signfikansi F yaitu sebesar 0.000. Secara parsial, kualitas produk, harga, dan layanan purna jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : kualitas produk, harga, layanan purna jual, kepuasan konsumen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA