

ABSTRAK

PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TUNAS TOYOTA BANDUNG

Penelitian ini dilatarbelakangi dari data penjualan mobil yang diterbitkan oleh situs Gaikindo, dimana merek Toyota berada pada peringkat pertama dalam tiga tahun terakhir. Hal ini diduga karena atribut produk dan kualitas pelayanan yang baik yang dilakukan oleh perusahaan Tunas Toyota Bandung, untuk membuktikan dugaan tersebut maka peneliti menyusun penelitian ini dengan metode penelitian dekriptif asosiatif dengan hipotesis bahwa atribut produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Tunas Toyota Bandung. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari atribut produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, pada variabel atribut produk didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 2,549 dengan taraf signifikansi α sebesar 5%, maka nilai t_{tabel} atau $t_{0,05,40} = 1.681$. hasil perhitungan menunjukkan tingkat signifikansi sebesar $0.013 < 0.05$ maka H_0 ditolak atau dengan kata lain Atribut Produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen (Y). Pada variabel kualitas pelayanan didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 1,959 dengan taraf signifikansi α sebesar 5%, maka nilai t_{tabel} atau $t_{0,05,40} = 1.681$ maka H_0 ditolak sehingga Kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen (Y).

Sementara itu, terdapat pengaruh yang signifikan antara atribut produk dan kualitas pelayanan pada Tunas Toyota Bandung. Pengaruh atribut produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yakni sebesar 46,6% sementara 54,4% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : atribut produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT ATTRIBUTES AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN TUNAS TOYOTA BANDUNG

This research is motivated by car sales data published by the Gaikindo website, where the Toyota brand is ranked first in the last three years. This is presumably because the product attributes and good service quality are carried out by Tunas Toyota Bandung company, to prove the allegation, the researcher compiles this research with associative descriptive research method with the hypothesis that product attributes and service quality affect consumer satisfaction Tunas Toyota Bandung. The variables in this study consist of product attributes, service quality, and customer satisfaction.

Based on the results of the study, the product attribute variables obtained tcount of 2.549 with a significance level of α of 5%, then the value of t table or $t_{0.05.40} = 1.681$. the calculation results show a significance level of $0.013 < 0.05$, so H_0 is rejected or in other words the Product Attribute (X1) has a significant effect on consumer satisfaction (Y). In service quality variables obtained t value of 1.959 with a significance level of α of 5%, then the value of t table or $t_{0.05.40} = 1.681$ then H_0 is rejected so that service quality (X2) has a significant effect on consumer satisfaction (Y). Meanwhile, there is a significant influence between product attributes and service quality on Tunas Toyota Bandung. The effect of product attributes and service quality on customer satisfaction is 46.6% while 54.4% customer satisfaction is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: product attributes, service quality, customer satisfaction