

SKRIPSI

STEVEN KURNIAWAN PUTRO

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN PURNA JUAL
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MOBIL TOYOTA KIJANG
DI SURABAYA**



3682/05

2 Mei 2005

FE-m

FE-m

Put

P-1

1 (satu)

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

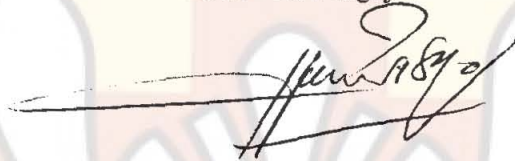
2004

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : STEVEN KURNIAWAN PUTRO NRP 3103000334

Telah diuji pada tanggal 12 November 2004 Dan dinyatakan LULUS oleh:

Ketua Tim Penguji :



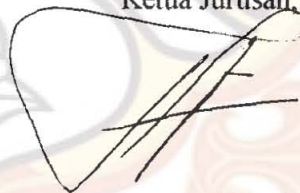
Drs. Ec. Teman Koesmono, MM

Mengetahui :



Dekan,
Drs. Simon Hariyanto, Ak

Ketua Jurusan,



Drs. Ec. N. Agus Sunarjanto, MM

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN PURNA JUAL
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MOBIL TOYOTA KIJANG DI
SURABAYA**

OLEH :

STEVEN KURNIAWAN PUTRO

3103000334

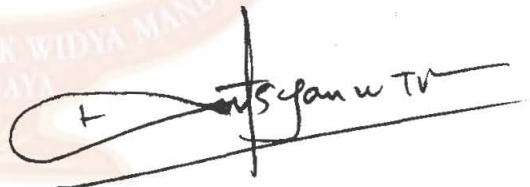
**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA UNTUK DIAJUKAN KE TIM
PENGUJI**

PEMBIMBING I,

PEMBIMBING II,



Dra. Ec. Ninuk Muljani, BA. MM.
Tanggal: 30/8/04



A. Yan Wellyan Toni P, SE. M.Si
Tanggal: 30/8/04

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya dengan rahmat dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Penulis menyadari bahwa isi skripsi ini masih jauh dari sempurna. Banyak kekurangannya, mengingat pengalaman serta pengetahuan penulis yang terbatas untuk memecahkan permasalahan yang penulis temui. Untuk itu saran dan kritik sehat akan penulis terima dengan senang hati demi kesempurnaan isinya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini tidak akan mencapai hasil yang baik apabila tidak ada bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Simon Hariyanto, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. N. Agus Sunarjanto, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan Ibu Anna Triwijayanti, SE. Msi, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Ninuk Muljani, BA. MM., selaku dosen pembimbing I yang dengan penuh kesabaran dan perhatian untuk meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat bagi penulisan skripsi ini.

4. Bapak A. Yan Wellyan Toni P, SE. MSi., selaku dosen pembimbing II yang dengan penuh kesabaran dan perhatian untuk meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat bagi penulisan skripsi ini.
5. Petugas Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak membantu penulis dalam peminjaman literatur .
6. Papi, Mami serta ketiga kakakku yang tercinta yang selalu mendoakan serta tak henti-hentinya memberikan dukungan dan dorongan kepada penulis.
7. Teman-teman penulis seperti Hadi, Luky, Kumala, Sandra, Fenny, Aan Daniel, Gunawan, Edy, crew C&C dan teman-teman kampus yang selalu memacu dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Semoga bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang diberikan kepada penulis memperoleh berkat dari Tuhan Yang Maha Esa dan akhirnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Surabaya, 30 Agustus 2004

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAKSI	x
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Akademik	5
1.4.2. Manfaat Praktis	5
1.5. Sistematika Skripsi	5
BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	10
2.2.1. Pengertian Produk	10
2.2.2. Kualitas Produk	12
2.2.3. Dimensi Kualitas Produk	14

2.2.4. Tingkatan Produk	16
2.2.5. Pengertian Jasa dan Layanan Purna Jual	17
2.2.5.1. Pegertian Jasa	17
2.2.5.2. Layanan Purna Jual	18
2.2.5.3. Dimensi Layanan Purna Jual	18
2.2.5.4. Jangkauan Layanan kepada Pelanggan	19
2.2.6. Kepuasan Konsumen	20
2.2.7. Konsep Kepuasan	21
2.2.8. Pengukuran Kepuasan Konsumen	23
2.2.9. Atribut-atribut Kepuasan Konsumen	25
2.2.10. Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Konsumen	26
2.2.10.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	26
2.2.10.2. Pengaruh Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Konsumen	29
2.3. Hipotesis	30
BAB 3 : METODE PENELITIAN	31
3.1. Desain Penelitian	31
3.2. Identifikasi Variabel	31
3.3. Definisi Operasional Variabel	32
3.4. Jenis dan Sumber Data	34
3.5. Pengukuran Variabel	35

3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data	36
3.6.1. Alat.....	36
3.6.2. Metode Pengumpulan Data.....	36
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	36
3.8. Teknik Pengambilan Data	37
3.9. Teknik Analisis Data	37
3.9.1. Analisis Regresi Linier Berganda	38
3.9.2. Koefisien Korelasi Berganda (R) dan Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	38
3.9.3. Koefisien Korelasi Parsial (r) dan Koefisien Determinasi Parsial (r^2)	39
3.10. Prosedur Pengujian Hipotesis	40
3.10.1. Uji Koefisien Secara Serempak (Uji F)	40
3.10.2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)	41
. BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	43
4.2. Deskripsi Data	44
4.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas item-item kuesioner.....	45
4.2.2. Karakteristik Responden	48
4.2.3. Kualitas Produk.....	49
4.2.4. Layanan Purna Jual	51
4.2.5. Kepuasan Konsumen.....	52
4.3. Analisis Data	54

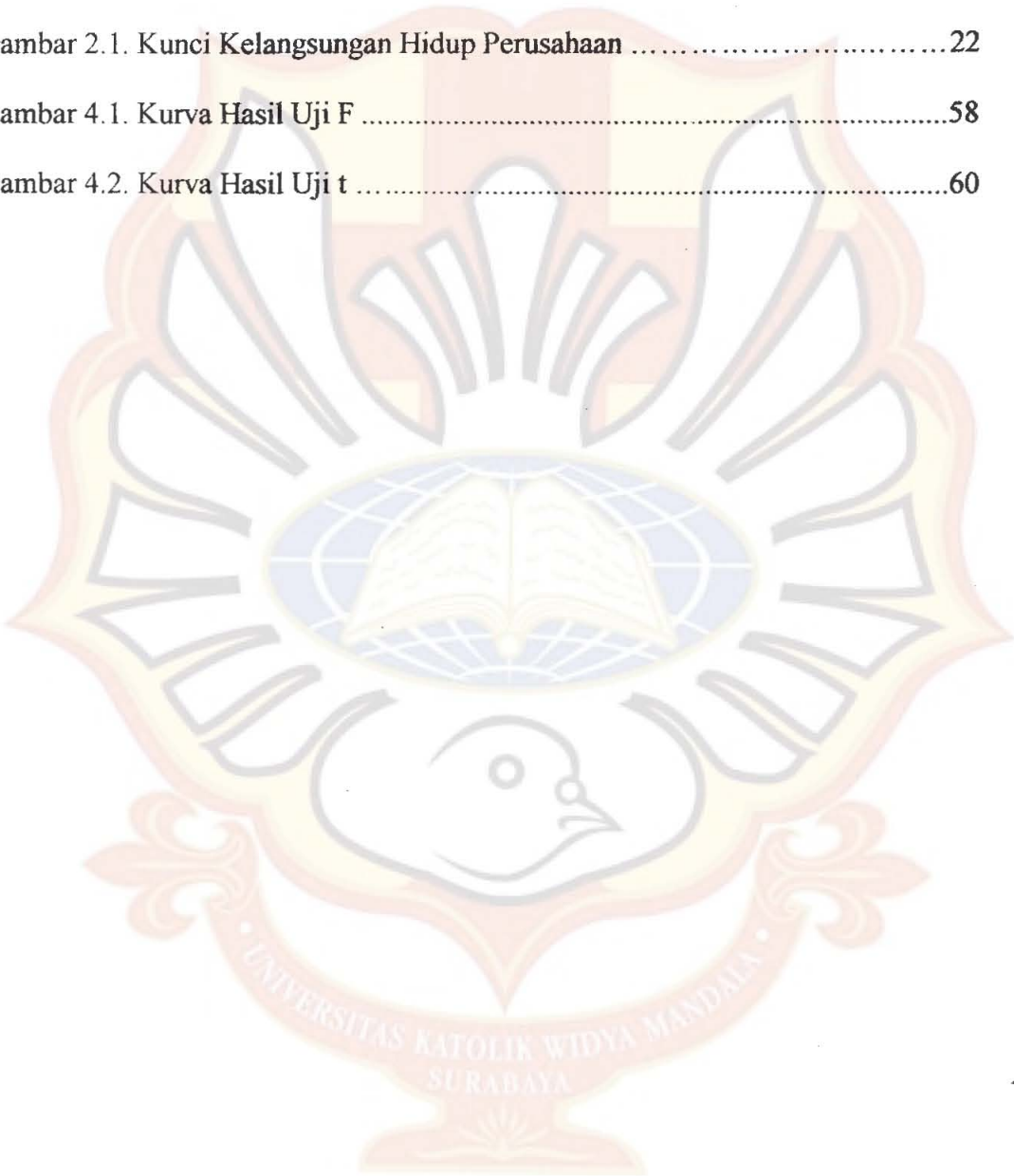
4.3.1. Analisis Regresi Linier Berganda	55
4.3.2. Analisis Koefisien Korelasi Berganda (R).....	55
4.3.3. Analisis Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	56
4.3.4. Analisis Koefisien Korelasi Parsial.....	56
4.3.5. Analisis Koefisien Determinasi Parsial.....	57
4.4. Prosedur Pengujian Hipotesis.....	57
4.4.1. Uji Koefisien Regresi Secara Serempak (Uji F).....	57
4.4.2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t).....	59
4.5. Pembahasan	61
BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN	63
5.1. Simpulan	63
5.2. Saran	64
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1. Penjualan Kendaraan Keluarga 1998	3
Tabel 4.1 Nilai korelasi item-item variabel kualitas produk untuk uji validitas....	45
Tabel 4.2. Nilai korelasi item-item variabel Layanan Purna Jual untuk uji validitas	46
Tabel 4.3. Nilai korelasi item-item variabel kepuasan konsumen untuk uji validitas.....	47
Tabel 4.4. Karakteristik Responden.....	48
Tabel 4.5. Hasil tanggapan responden berdasarkan Kualitas Produk.....	49
Tabel 4.6. Hasil tanggapan responden berdasarkan Layanan Purna Jual.....	51
Tabel 4.7. Hasil tanggapan responden berdasarkan kepuasan konsumen.....	52
Tabel 4.8. Koefisien Korelasi Parsial dan Koefisien Determinasi Parsial	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1. Kunci Kelangsungan Hidup Perusahaan	22
Gambar 4.1. Kurva Hasil Uji F	58
Gambar 4.2. Kurva Hasil Uji t	60



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner penelitian.
- Lampiran 2 : Data mengenai karakteristik responden.
- Lampiran 3 : Data responden mengenai kualitas produk.
- Lampiran 4 : Data responden mengenai layanan purna jual.
- Lampiran 5 : Data responden mengenai kepuasan konsumen.
- Lampiran 6 : *Print out* hasil analisis.
- Lampiran 7 : Tabel interpretasi koefisien korelasi.
- Lampiran 8 : Tabel F.
- Lampiran 9 : Tabel t.
- Lampiran 10 : Tanggapan respnden (N = 30) terhadap item-item pernyataan variabel kualitas produk.
- Lampiran 11 : Tanggapan respnden (N = 30) terhadap item-item pernyataan variabel layanan purna jual.
- Lampiran 12 : Tanggapan respnden (N = 30) terhadap item-item pernyataan variabel kepuasan konsumen.
- Lampiran 13 : Korelasi item-item Variabel X_1 (Kualitas Produk).
- Lampiran 14 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_1 (Kualitas Produk).
- Lampiran 15 : Korelasi item-item Variabel X_2 (Layanan Purna Jual).
- Lampiran 16 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_2 (Layanan Purna Jual).
- Lampiran 17 : Korelasi item-item Variabel Y (Kepuasan Konsumen).
- Lampiran 18 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Kepuasan Konsumen).
- Lampiran 19 : Tabel r product moment.

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut: 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan layanan purna jual secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen mobil Toyota Kijang di Surabaya, dan 2) Untuk mengetahui pengaruh yang dominan diantara dua variabel tersebut (Kualitas produk dan layanan purna jual) terhadap kepuasan konsumen mobil Toyota Kijang di Surabaya.

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert*. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan metode *non probability sampling*, sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah berupa kuesioner.

Hasil yang didapat dari analisis tersebut adalah: 1) Nilai R yang didapat adalah 0,875, artinya kualitas produk dan layanan purna jual mempunyai hubungan yang tinggi terhadap kepuasan konsumen. 2) Nilai R^2 yang didapat adalah 0,766 (76,6%), artinya besarnya kontribusi perubahan variabel kualitas produk dan layanan purna jual secara bersama-sama terhadap perubahan variabel kepuasan konsumen mobil Toyota Kijang di Surabaya sebesar 76,6%. 3) Nilai F_{hitung} adalah 159,020, artinya variabel kualitas produk dan layanan purna jual secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. 4) Nilai Uji t yang diperoleh untuk kualitas produk = 5,365, layanan purna jual = 4,329, artinya baik buruknya kedua variabel tersebut sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. 5) Nilai r yang didapat untuk variabel kualitas produk = 0,478, artinya mempunyai hubungan yang sedang terhadap kepuasan konsumen. Layanan purna jual = 0,402, artinya mempunyai hubungan yang sedang terhadap kepuasan konsumen.

Dari pengujian hipotesis dengan uji statistik, pendapat konsumen terhadap kualitas produk dan layanan purna jual adalah baik. Sedangkan dilihat dari hasil uji F dan uji t dapat diambil simpulan bahwa baik secara bersama-sama maupun parsial kualitas produk dan layanan purna jual memiliki pengaruh yang kuat dan bermakna terhadap kepuasan konsumen mobil Toyota Kijang di Surabaya, terutama variabel kualitas produk yang memiliki pengaruh yang paling kuat daripada variabel layanan purna jual.