

ABSTRACT

Increasing competition in the motorcycle industry requires a good marketing strategy in order to gain the interest of consumers to buy the products / services offered. The company does not only compete by providing the best products but also post-purchase services, because every consumer is no longer just buying a product, but also all aspects of services / products on the product from pre-purchase to maintenance during use, and until the consumer is no longer use the product again.

This study aims to determine the effect of price, product quality, service quality on customer satisfaction in the Semarang independent rider GSX community. The method used in this study is a quantitative method by collecting data using a questionnaire and observation. With sampling technique that is saturated sample with a sample of 58 respondents who are consumers / users of the Suzuki GSX 150. The analytical method used is multiple linear regression analysis. The test results of the multiple linear coefficient of analysis are $Y = -5.191 - 0.30 X1 + 0.159 X2 + 0.824 X3$. The results of this test indicate that the price variable ($X1$) has a negative influence on customer satisfaction, as evidenced by the regression coefficient of (-0.30) and the level of sig. amounted to $0.713 < 0.05$. Product quality ($X2$) has a positive influence and sig. on consumer satisfaction, evidenced by the results of the regression coefficient of 0.159 with the level of sig. in the amount of $0.007 < 0.05$. Service quality ($X3$) has a positive and significant influence on purchasing decisions, as evidenced by the results of a regression coefficient of 0.824 with a level of sig. of $0,000 < 0.05$. Price, product quality and service quality together have a positive and significant effect on customer

satisfaction, as evidenced by the results of the F-test showing results of 81,106 with sig. 0,000 <0.05 and the coefficient of determination (R^2) of 0.808 or 80.8%.

Keywords: Price, Product Quality, Service Quality and Consumer Satisfaction.



ABSTRAK

Persaingan yang semakin ketat dalam industri sepeda motor menuntut adanya strategi pemasaran yang baik guna meraih minat konsumen untuk membeli produk/jasa yang ditawarkan. Perusahaan tidak hanya bersaing dengan memberikan produk yang terbaik akan tetapi juga pelayanan pasca pembelian, karena setiap konsumen tidak lagi sekedar membeli suatu produk, tetapi juga segala aspek jasa/pelayanan pada produk tersebut mulai dari sebelum pembelian sampai perawatan saat pemakaian, dan sampai konsumen sudah tidak memakai produk itu lagi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari harga, kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada komunitas GSX rider independent Semarang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi. Dengan teknik pengambilan sampel yaitu sampel jenuh dengan sampel sebesar 58 responden yang merupakan konsumen/pemakai Suzuki GSX 150. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian dari koefisien analisis linier berganda yaitu $Y = -5.191 - 0,30 X_1 + 0,159 X_2 + 0,824 X_3$. Hasil dari pengujian ini menunjukkan bahwa variabel harga (X_1) memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar (-0,30) dan taraf sig. sebesar $0,713 < 0,05$. Kualitas produk (X_2) mempunyai pengaruh positif dan sig. terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan dengan hasil koefisien regresi sebesar 0,159 dengan taraf sig. sebesar $0,007 < 0,05$. Kualitas pelayanan (X_3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dibuktikan

dengan hasil koefisien regresi sebesar 0,824 dengan taraf sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Harga, kualitas produk serta kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan dari hasil uji –F yang menunjukkan hasil sebesar 81,106 dengan sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,808 atau 80,8%.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsume



