

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(PRODUK NISSAN GRAND LIVINA)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan (S.Pd) Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang**



Oleh:

TEGUH IMAN SAPUTRA NASUTION
1207190 / 2012

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2019**

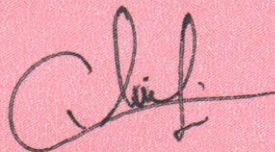
HALAMAN PERSETUJUAN SKRISPI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PRODUK GRAND LIVINA
KOTA PADANG**

Nama	: Teguh Iman saputra Nasution
NIM/TM	: 1207190/2012
Jurusan	: PendidikanEkonomi
Keahlian	: Tataniaga
Fakultas	: Ekonomi

Padang, Februari 2019

Diketahui oleh:
Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi



Tri Kurniawati, S.Pd, M.Pd
NIP. 19820311 200501 2 005

Disetujui oleh:
Pembimbing



Tri Kurniawati, S.Pd, M.Pd
NIP. 19820311 200501 2 005

PPHALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi

Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Padang

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PRODUK NISSAN GRAND LIVINA
KOTA PADANG**

Nama : Teguh Iman Saputra Nasution

Bp/ NIM : 2012/ 1207190

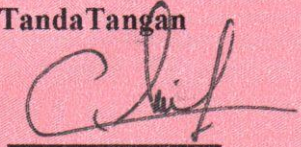
Jurusan : Pendidikan Ekonomi

Konsentrasi : Tataniaga

Fakultas : Ekonomi

Padang, Februari 2019

Tim Penguji :

Nomor	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1.	Ketua	Tri Kurniawati, S.Pd, M.Pd	
2.	Sekretaris	Rani Sofya, S.Pd, M.Pd	
3.	Anggota	Rita Syofyan, S.Pd, M.Pd.E	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Teguh Iman Saputra Nasution
NIM/ Tahun Masuk : 1207190/2012
Tempat/ Tanggal Lahir : Padang/ 07 Februari 1994
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Keahlian : Tataniaga
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. Pepaya VII no. 169 Perumnas Belimbing
No. Hp/ Telepon : 085374914364
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Produk Nissan Grand Livina Padang

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis/ skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (Sarjana), baik di UNP maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis/ skripsi ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis/ skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan cara menyebut nam pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/ skripsi ini **Sah** apabila telah ditandatangani **Asli** oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Jurusan.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **Sanksi Akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karna karya tulis/ skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang,...Februari 2019

Yang Menyatakan



Teguh Iman Saputra Nasution
NIM. 1207190

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PRODUK GRAND LIVINA KOTA PADANG**

Teguh Iman Saputra Nasution, Tri Kurniawati
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
Jl. Prof. Dt. Hamka Kampus Air Tawar Padang
Email: teguhimansaputra07@gmail.com

Abstract: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk: 1) Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Produk Nissan Grand Livina. 2) Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Produk Nissan Grand Livina. 3) Menganalisis pengaruh *kualitas produk* dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Produk Nissan Grand Livina. Jenis metode penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pada pelanggan yang menggunakan produk Nissan Grand Livina yang jumlahnya tidak diketahui. Teknik penarikan sampel dengan menggunakan *accidental sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan responden yang memenuhi kriteria yaitu yang menggunakan produk Nissan Grand Livina. Selanjutnya menggunakan rumus cochrane, Sehingga diperoleh sampel sebesar 100 orang. Teknik pengambilan data dengan menggunakan data primer berupa angket. Untuk analisis data digunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS versi 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. 2) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. 3) kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
Kata Kunci : kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kepada ALLAH SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, serta salawat tak henti-hentinya penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Produk Grand Livina Kota Padang).”**

Penyelesaian proposal ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan yang banyak dari berbagai pihak. Oleh Karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Tri Kurniawati, S.Pd, M.Pd selaku pembimbing yang telah banyak memberikan ilmu, pengetahuan, waktu, serta masukan dengan penuh kesabaran dalam mengarahkan dan membimbing penulis untuk menyelesaikan proposal ini.

Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Tri Kurniawati, S.Pd, M.Pd selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Elvi Rahmi, S.Pd, M.Pd selaku Sekretaris Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
4. Ibu Rani Sofya S.Pd, M.Pd selaku penguji I
5. Ibu Rita Sofyan S.Pd, M.Pd.E selaku penguji II
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

7. Bapak dan Ibu Staf Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu dalam kelancaran administrasi dan perolehan buku – buku penunjang proposal penelitian ini.
8. Orang tua, abang, adik dan seluruh keluarga besar penulis atas kasih sayang dan bantuan moril dan materil.
9. Teman – teman di Fakultas Ekonomi yang banyak memberikan saran, bantuan dan dorongan dalam penyelesaian proposal ini.
10. Rekan Store Mother yang banyak memberi dorongan dalam penyelesaian proposal ini.
11. Rekan Junior yang telah memberi semangat dan dorongan dalam penyelesaian proposal ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal penelitian ini masih terdapat kekurangan dan ketidaksempurnaan sehingga kritik dan saran sangat diharapkan untuk perbaikan tulisan ini. Penulis berharap semoga proposal penelitian ini mempunyai arti dan dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca.

Padang, Februari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN	i
PRODUK GRAND LIVINA KOTA PADANG.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS ...	11
A. Kajian teori	11
1. Kepuasan Konsumen	11
2. Kualitas Produk.....	16
3. Kualitas Pelayanan.....	17
B. Penelitian Terdahulu.....	19
C. Kerangka Konseptual.....	20
1. Definisi dan indikator variabel.....	21
2. Hubungan antar variabel	21
D. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Jenis Penelitian	25
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	25
C. Populasi dan Sampel.....	25

1. Populasi.....	25
2. Sampel.....	26
D. Jenis Data Penelitian.....	27
1. Data Primer	27
2. Data Sekunder.....	27
E. Teknik Pengumpulan data	27
F. Variabel dan Definisi Operasional.....	28
1. Variabel.....	28
2. Definisi Operasional	28
G. Instrumen penelitian	31
H. Uji Coba Instrument Penelitian	31
1. Uji Validitas.....	31
2. Uji Reliabilitas	33
I. Teknik Analisis Data	34
1. Analisis Deskriptif	34
2. Analisis Induktif.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	40
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	40
B. Hasil Penelitian.....	41
1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	41
2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	43
C. Analisis Data.....	46

1. Uji Asumsi Klasik.....	46
2. Analisis Regresi Linear Berganda	49
3. Uji Hipotesis	51
4. Uji F	50
D. Pembahasan	52
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pegguna Nissan Grand Livina Padang	52
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pegguna Nissan Grand Livina Padang	54
3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pegguna Nissan Grand Livina Padang.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Penjualan Nissan Grand Livina di Kota Padang Tahun 2011-2017	4
Tabel 2	Layanan Pada PT. Wahana Wirawan Riau (Nissan Padang)	7
Tabel 3	Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 4	Variabel, Definisi, dan Indikator	30
Tabel 5	Alternatif Jawaban Variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	31
Tabel 6	Pernyataan yang Dinyatakan Tidak Valid	32
Tabel 7	Hasil Uji Reliabelitas Setiap Variabel Penelitian	34
Tabel 8	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 9	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	41
Tabel 10	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	42
Tabel 11	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
Tabel 12	Analisis Deskriptif Variabel	44
Tabel 13	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X_1)	44
Tabel 14	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	45
Tabel 15	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	46
Tabel 16	Uji Normalitas	47
Tabel 17	Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 18	Hasil analisis regresi berganda	49
Tabel 19	Hasil Uji F (Simultan)	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual	23
Gambar 2 Uji Heterokadstisitas	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Uji Coba	61
Lampiran 2 Tabulasi Validitas dan Reabilitas	67
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reabilitas.....	73
Lampiran 4 Kuesioner penelitian.....	76
Lampiran 5 Tabulasi Penelitian	82
Lampiran 6 Deskriptif Variabel Independen dan Dependen.....	96
Lampiran 7 Frekuensi Variabel Dependen dan Independen	99
Lampiran 8 Uji Asumsi Klasik.....	111
Lampiran 9 Foto Penelitian	113

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan pada dunia bisnis saat ini sangat ketat, tak terkecuali dengan perusahaan-perusahaan yang berada di Indonesia. Dengan semakin majunya teknologi dalam era globalisasi ini, setiap perusahaan berusaha untuk selalu meningkatkan kualitas produksinya maupun manajemen pemasarannya dengan tujuan memaksimalkan keuntungan sesuai target yang diinginkan oleh setiap perusahaan. Perusahaan yang bergerak dalam dunia otomotif khususnya kendaraan roda empat, tidak luput dari persaingan tersebut, dimana suatu perusahaan dituntut untuk mampu menghadapi berbagai kendala yang timbul dalam mengelola bisnisnya, juga untuk menjamin perusahaan yang bersangkutan supaya dapat beroperasi dengan strategi penjualan yang efektif dan efisien.

Dalam menjalankan bisnis otomotif sangatlah penting jika perusahaan mengutamakan kepuasan terhadap konsumen, karena kepuasan berpengaruh besar terhadap kelangsungan hubungan baik perusahaan dengan konsumen. Jika apa yang diterima konsumen sama dengan apa yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas, jika apa yang diterima konsumen melebihi apa yang diharapkan maka konsumen akan merasa sangat puas. Maka dari itu perusahaan harus mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggan, dengan cara menawarkan produk yang berkualitas dan pelayanan yang baik. Dan kualitas produk dan layanan yang diberikan perusahaan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen.

Perkembangan produk yang berkualitas saat ini menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru untuk mendapatkan keuntungan. Perusahaan-perusahaan baru bermunculan dengan menawarkan produk yang berkualitas. Pada dasarnya keinginan yang terpenuhi serta kualitas pelayanan dan produk sangat menentukan kepuasan pelanggan. Jika kepuasan pelanggan terpenuhi maka hubungan pelanggan dengan perusahaan terjalin dengan baik dan berpengaruh terhadap terciptanya kepuasan pelanggan dan dapat mempromosikan perusahaan tersebut yang akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Fenomena persaingan antar pelaku usaha untuk mendapatkan banyak pelanggan membuat setiap pelaku usaha menyadari bahwa kebutuhan untuk memaksimalkan kualitas produk dan pelayanan sangat berharga untuk masa depan perusahaan.

PT. Wahana Wirawan Riau (Nissan Padang) merupakan salah satu perusahaan yang bersifat mencari keuntungan. Salah satu produk yang saya teliti dari PT. Wahana Wirawan Riau (Nissan Padang) adalah Grand Livina. Mobil Grand livina diciptakan oleh Nissan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Kebanyakan keluarga di Indonesia setidaknya memiliki 3 sampai 7 anggota keluarga, karena itulah ukuran mobil seperti ini menjadi perhatian pertama saat akan memilih mobil keluarga. Mungkin itulah keinginan dari banyak keluarga di Indonesia. Berikut ini keunggulan dari mobil Grand Livina, yaitu: 1. Design elegan dengan kenyamanan ekstra Dengan adanya berbagai fitur dari Grand Livina, mulai dari fitur sound absorbing materials yang akan membuat kualitas suara didalam kabin semakin baik dan *system*

audio touchscreen yang bisa memuaskan hiburan anda selama mengemudi, serta *roof monitor* yang bisa dijadikan hiburan bagi anak-anak selama perjalanan. 2. Sistem keamanan yang lengkap Adanya fitur ABS (*Anti-Lock Braking System*) yaitu saat anda melakukan pengereman yang mendadak, sistem ABS akan memompa rem puluhan kali agar laju kendaraan tetap terkendali. 3. Mesin irit bahan bakar Dilengkapi dengan mesin baru HR15DE 1500cc dengan *Dual Injector*, dan *Twin VTC*, performa mesin akan semakin baik dan mendukung efisiensi bahan bakar.

Keunggulan yang dimiliki oleh grand livina belum bisa menjadi senjata yang ampuh untuk mengantisipasi gangguan dari pesaing. Ada beberapa pesaing yang juga mengeluarkan produk yang sama karakteristiknya dengan Grand livina ialah Toyota Avanza dan Daihatsu Xenia. 2 pesaing tersebut juga menciptakan mobil dambaan keluarga yang memiliki keunggulan yang tidak jauh beda berkualitas dengan mobil Grand Livina. Kualitas produk Nissan Grand Livina di PT. Wahana Wirawan Riau (Nissan Padang) menarik diteliti karena dengan penelitian ini dapat diketahui apakah PT. Wahana Wirawan Riau (Nissan Padang) sudah mampu memberikan inovasi atas kualitas produknya dan pelayanan dengan benar sehingga timbulnya kepuasan dari para pelanggannya atau hanya membiarkan pelanggannya berpindah ke produk sejenis lainnya.

Data penjualan dari mobil Nissan Grand Livina di kota padang untuk tahun 2011-2017 adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Penjualan Nissan Grand Livina di Kota Padang Tahun 2011-2017

No.	Tahun	Penjualan (Unit)
1.	2011	117
2.	2012	124
3.	2013	150
4.	2014	71
5.	2015	34
6.	2016	42
7	2017	40
Total		578

Sumber : Interen Nissan-Datsun Khatib Sulaiman, 2018

Dari data diatas dapat diketahui bahwa PT. Wahana Wirawan Riau (Nissan Padang) mengalami peningkatan pada tahun 2011-2013, akan tetapi mengalami penurunan secara signifikan di tiap-tiap tahunnya terhitung dari tahun 2013–2017. Dengan data di atas peneliti ingin mengetahui apakah terjadi penurunan kepuasan pelanggan pada produk Nissan Grand Livina, PT. Wahana Wirawan Riau (Nissan Padang) dengan cakupan di wilayah Kota Padang.

Menurut Lovelock & wright, (2005:102), Kepuasan konsumen mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya atau hasil dalam kaitannya dengan ekspektasi.) jika apa yang diterima konsumen lebih rendah dari yang diharapkan maka konsumen tersebut tidak puas. Kepuasan yang didapatkan oleh konsumen tidak datang begitu saja, pasti ada faktor yang membentuk seseorang merasa puas. Menurut (Irawan, 2002:37-40), mengemukakan ada beberapa faktor yang membentuk kepuasan

konsumen yaitu kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, biaya dan kemudahan mendapatkan produk.

Aspek yang sangat diperlukan dalam produk ialah kualitas produk. Kualitas produk berpengaruh untuk meyakinkan konsumen melakukan keputusan pembelian. Menurut Kotler & Amstrong (2006:273), kualitas produk adalah keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan pelanggan. jika kualitas suatu produk bagus dan dapat memuaskan konsumen, maka dapat berpengaruh positif terhadap kepuasan dan keputusan pembelian atas produk jika di PT. Wahana Wirawan Riau (Nissan Padang) memberikan kualitas produk yang berkualitas. Produk yang berkualitas memberikan dampak yang baik bagi pelanggan maupun bagi perusahaan, dimana pelanggan mendapatkan tingkat kepuasan maksimal atas produk yang dibelinya dan perusahaan mengalami peningkatan dalam volume penjualan. Untuk memberikan kepuasan tersebut perusahaan harus mampu memberikan produk yang berkualitas dengan harga yang sangat terjangkau melalui kualitas produk. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan mengurangi pengalaman yang kurang menyenangkan dari konsumen.

Selain kualitas produk yang baik, perusahaan juga berkewajiban memberikan pelayanan yang berkualitas guna terciptanya hubungan yang baik antara pelanggan dengan perusahaan, supaya mengantisipasi berkurangnya pelanggan yang disebabkan kurangnya pelayanan yang berkualitas. Menurut Wijaya, (2011:152), kualitas pelayanan adalah ukuran

seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Persaingan bisnis saat ini, terutama persaingan perusahaan yang sejenis melakukan hubungan yang baik dengan memberikan kualitas layanan kepada pelanggan seperti mengingatkan pelanggan untuk waktunya *service* kendaraan, setelah pelanggan melakukan perawatan kendaraan, pihak pelayanan menghubungi pelanggan kembali untuk menanyakan bagaimana pelayanan bagian *service*, apakah pelanggan puas terhadap layanan dengan hasil perbaikan kendaraan pelanggan tersebut.

PT. Wahana Wirawan Riau memperkuat layanan dengan berkomitmen dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Nissan di Indonesia. PT. Wahana Wirawan Riau memiliki sistem informasi yang lebih canggih dan terintegrasi. Dealer PT. Wahana Wirawan Riau bisa mendapatkan perkiraan waktu kedatangan suku cadang yang lebih akurat, sehingga dapat memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan. Selain itu, pelanggan Nissan-Datsun maupun masyarakat umum kini dapat mengakses *Call Center* Nissan-Datsun selama 24 jam setiap hari, termasuk hari Minggu. Pelanggan dapat menghubungi *Call Center* untuk mendapatkan informasi mengenai produk, penjualan dan purna jual, mengatur jadwal perawatan atau perbaikan didealer, dan mengakses layanan 24 jam *Emergency Road Assistance* atau biasanya disebut ERA 24.

Tabel 2 Layanan Pada PT. Wahana Wirawan Riau (Nissan Padang)

No.	Layanan
1.	<i>Service Campaign</i>
2.	<i>Call Center Service</i>
3.	<i>Warranty Service</i>
4.	<i>Warranty Sparepart</i>
5.	<i>Emergency Road Assistance 24</i>
6.	<i>Penyediaan Accessories</i>
7	Pelayanan Pemeliharaan dan Perbaikan Kendaraan

Sumber : Interen Nissan-Datsun Khatib Sulaiman, 2018

Pada saat ini kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting dalam menarik minat pelanggan. Hal tersebut sangat di butuhkan oleh pelaku bisnis sekarang. Strategi yang dipakai berpengaruh besar terhadap Keberhasilan perusahaan dalam melancarkan sistem pemasaran suatu produk. Dalam menentukan strategi pemasaran, pihak pemasar perlu mengkaji setiap karakteristik perilaku pelanggan yang diimplementasikan kedalam harapan dan keinginannya. Dengan mengetahui alasan yang mendasar mengapa konsumen melakukan pembelian, maka dapat diketahui strategi yang tepat untuk digunakan. Dengan kata lain pihak pemasaran harus mengedepankan setiap harapan pelanggan menjadi suatu kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Dimana hal tersebut merupakan kunci keberhasilan yang menjadikannya berbeda dari pesaingnya. Karena jika tidak demikian, maka perusahaan akan ditinggal oleh pelanggannya seperti pendapat yang dikemukakan dibawah ini Semakin disadari bahwa pelanggan merupakan asset bagi perusahaan.

Penelitian ini memfokuskan pada kualitas produk dan kualitas pelayanan pada perusahaan PT. Wahana Wirawan Riau (Nissan Padang) untuk produk Nissan Grand Livina, karena PT. Wahana Wirawan Riau (Nissan Padang) merupakan salah satu perusahaan yang memiliki produk-produk unggulan. Alasan yang mendasari topik penelitian ini adalah bahwa setiap perusahaan dalam mempertahankan pelanggannya, perusahaan harus mampu menjalin hubungan yang baik, serta mampu menawarkan produk-produk yang berkualitas guna menarik minat konsumen.

Fenomena masalah yang terjadi pada bagian pelayanan banyak dikeluhkan oleh pelanggan tentang kurangnya informasi yang diberikan oleh perusahaan seperti informasi mengenai *service campaign* kepada pelanggan yang berada diluar kota dan informasi mengenai diskon *service*. Selain itu, untuk penanganan keluhan dari pelanggan kurang ditanggapi oleh perusahaan. Dan Perbaikan Kendaraan yang dikeluhkan oleh pelanggan adalah biaya perbaikan dan harga *sparepart* yang terlalu mahal serta waktu pengerjaan perbaikan kendaraan tidak sesuai dengan yang dijanjikan oleh perusahaan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti bermaksud mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Nissan Grand Livina Di Kota Padang”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah diatas, maka masalah yang ingin diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk Nissan Grand Livina?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada produk Nissan Grand Livina?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada produk Nissan Grand Livina?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya yaitu:

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Produk Nissan Grand Livina.
2. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Produk Nissan Grand Livina.
3. Menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada produk Nissan Grand Livina.

D. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan dari terlaksananya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan bisa digunakan untuk menerapkan ilmu yang telah di dapat dibangku kuliah ke dunia usaha yang sebenarnya dan sebagai tugas akhir syarat kelulusan sarjana.
2. Bagi pihak perusahaan, penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan upaya membangun hubungan baik dengan pelanggan dan referensi bagi pengembangan riset dikemudian hari.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis pada pengguna Nissan Grand Livina Padang, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan penelitian bahwasannya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna Nissan Grand Livina. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang diberikan oleh Nissan Grand Livina berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan penelitian pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna Nissan Grand Livina. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Nissan Grand Livina berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen mobil Nissan Grand Livina.

B. Saran

Berdasarkan penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Pihak perusahaan hendaknya mempertahankan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dapat memicu kepuasan pada konsumen.
2. Pihak perusahaan harusnya lebih meningkatkan kinerja karyawan agar memiliki kehandalan dalam bekerja.
3. Pihak perusahaan dapat menjalin hubungan baik dengan pelanggan sehingga dapat menimbulkan rasa kepuasan konsumen dan perusahaan mendapat pandangan bagus dari para pelanggan.
4. Diharapkan perusahaan dapat mempertahankan kepuasan yang dimiliki oleh pelanggan setelah menggunakan Nissan (Grand Livina) karena memberikan dampak yang positif pada perkembangan produk untuk masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Atep Adya Barata. (2003). *Dasar- Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Cravens, David W. 2003. *Pemasaran Strategis*. Jilid 2. Edisi Keempat. Cetakan Kedua. Ahli Bahasa Lina Salim. Jakarta: Erlangga.
- Fandy Tjiptono. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Gujarati. 2012. *Dasar – Dasar Ekonometrika*. Edisi 5. Jakarta: Salemba Empat.
- Idris. 2014. *Aplikasi Model Analisis Data Kuantitatif dengan Program SPSS*. Padang: Fakultas Ekonomi UNP.
- Irawan.2002. *Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Jessica, James, Decky. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. Jurnal EMBA. Vol 2, No 3, September 2014.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran (Pendekatan Praktis Edisi. Lamb, d al. 2001. Pemasaran (Marketing)*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler. Keller. 2006. *Marketing manajemen*. Edisi 12. New jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip.2009. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Penegmbalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler. 2010. *Kepuasan Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. 2012. *Kualitas Produk*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Novianty, Iis. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Usaha Mandiri Jakarta Selatan. JIMF, Vol. 1, No. 02, February 2018.
- Pratama, Y. 2015. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen PO. Rosalia indah dipalur karanganyar dengan fasilitas sebagai variabel moderasi. Jurnal ekonomi dan kewirausahaan. Vol.15, April 2015.