

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of product quality and service quality to customer satisfaction. Quality product and service quality has a strong influence on customer satisfaction. Therefore, measurement of customer satisfaction is very important for any marketing. The formulation of the problem in this research is to determine whether there is influence product quality and service quality to customer satisfaction of New Kijang Innova in Surabaya. This study uses six dimensions of product quality, five dimensions of service quality and customer satisfaction are three attributes

The population in this study are customers of New Kijang Innova in Surabaya. Sample selection method used is nonprobability sampling, which if by chance anyone who met with investigators can be used as samples. Based on questionnaires of 100 respondents penyebarkan meet to serve as the research sample. Data processing method used is multiple linear regression analysis method with the help of an analysis tool SPSS 17.0 for windows, with the results of the regression equation as follows:

$$KPr = 0,516KPr + 0,244KL$$

The results showed that there are significant product quality and service quality to customer satisfaction of New Kijang Innova in Surabaya. The coefficient of determination in this study amounted to 0,719 or 71,9%. This means that the variant of quality products and service quality has an impact of 71,9% to customer satisfaction of New Kijang Innova in Surabaya.

Keywords: Quality Products, Quality Service, Customer Satisfaction

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu pengukuran terhadap kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi setiap pemasaran. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan New Kijang Innova di Surabaya. Penelitian ini menggunakan enam dimensi kualitas produk, lima dimensi kualitas layanan dan tiga atribut kepuasan pelanggan

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan New Kijang Innova di Surabaya. Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling, dimana apabila secara kebetulan siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sample. Berdasarkan penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden memenuhi untuk dijadikan sebagai sample penelitian. Metode pengolahan data yang digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda dengan bantuan alat analisis SPSS 17.0 *for windows*, dengan hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$KP_g = 0,516KPr + 0,244KL$$

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan New Kijang Innova di Surabaya. Koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 0,719 atau 71,9%. Ini berarti varian kualitas produk dan kualitas layanan memiliki pengaruh sebesar 71,9% terhadap kepuasan pelanggan New Kijang Innova di Surabaya.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan