

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Mobil Toyota Innova G M/T 2.0 (*manual*) di Surabaya ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis serta membuktikan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada mobil Toyota Innova G M/T 2.0 (*manual*) menurut pelanggan di Surabaya. Selain itu juga agar dapat mengetahui atribut-atribut mana yang lebih berkualitas menurut persepsi pelanggan di Surabaya. Manfaat dari skripsi ini adalah untuk mengetahui atribut- atribut mana dari mobil Toyota Innova G M/T 2.0 (*manual*) yang disukai oleh pelanggan, sehingga dapat diketahui kualitas produk mobil Toyota Innova G M/T 2.0 (*manual*) menurut pelanggan, sehingga informasi ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam menyempurnakan strategi pengembangan produk dan inovasi produk dari badan usaha agar dapat meraih sasaran yang ingin dicapai. Skripsi ini menggunakan enam dimensi product menurut Kotler & Armstrong yaitu : *Durability, Reliability, Precision is degree of exactness in measurement, Ease of operation, Serviceability/repair is the ease of repair for product, Other value attributes of product that supplement the product basic performance*. Sedangkan untuk Kepuasan Pelanggan menggunakan tiga atribut menurut Dutka yaitu : *Attribut Related to The Product, Attribut Related To The Service, Attribute Related to The Service*.

Teknik Pengambilan Sampel adalah Non Probability Sampling dengan Quota Sampling. Instrumen pengumpulan data adalah dengan kuesioner. Skala pengumpulan data adalah semantic differential monopolar scale. Metode Pengolahan data adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear sederhana, uji hipotesis.

Hasil Pengolahan data yang didapat adalah $KPL = 0,638 + 0,815 KPR$, Yang berarti bahwa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan bersifat positif atau searah dengan nilai sebesar 0,815. Nilai tersebut mempunyai pengertian jika terjadi perubahan kenaikan atau penurunan dari kualitas produk mobil Toyota Innova G M/T 2.0 (*manual*) di Surabaya setiap satu satuan skor persepsi, maka skor kepuasan pelanggan mobil Toyota Innova G M/T 2.0 (*manual*) di Surabaya akan mengakibatkan kenaikan skor persepsi kepuasan pelanggan sebesar 0,815. Demikian sebaliknya jika skor persepsi dari kualitas produk mengalami penurunan sebesar satu satuan, akan mengakibatkan penurunan skor persepsi kepuasan pelanggan sebesar 0,815.