

ABSTRAK

Beberapa tahun terakhir ini, bisnis perdagangan otomotif mengalami persaingan yang cukup serius baik dalam segi harga maupun karakteristik produk. Badan usaha BMW dikenal sebagai produsen mobil mewah buatan Eropa yang berhasil menjual produknya pada peringkat teratas di kelasnya. Setiap badan usaha bertujuan untuk dapat memenuhi keinginan pelanggannya semaksimal mungkin. Untuk itu, suatu badan usaha hendaknya mampu memenuhi harapan dasar pelanggannya melalui tingkat kualitas produk yang dapat menimbulkan persepsi tertentu di dalam benak pelanggan itu. Sedangkan untuk memenuhi kepuasan pelanggan dalam arti mempertahankan dan meningkatkannya, badan usaha harus memperhatikan dimensi atribut pembentuk kepuasan pelanggan. Setiap dimensi atribut membentuk tingkat kepuasan pelanggan.

Melihat pentingnya masalah mengenai tingkat kualitas produk dan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan di bidang otomotif maka muncul hipotesis penelitian yaitu adanya perbedaan tingkat kualitas produk mobil BMW baru dan bekas serta perbedaan kepuasan pelanggan antara pemilik mobil BMW baru dan bekas. Setelah itu diduga adanya pengaruh tingkat kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya penulis menyusun kuesioner yang diperlukan untuk memenuhi keperluan penelitian. Data yang diperoleh dari responden diolah berdasarkan uji t (komparatif) kemudian selanjutnya dilakukan koefisien regresi. Dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa adanya perbedaan kualitas produk antara mobil BMW baru dan bekas serta perbedaan tingkat kepuasan pelanggan antara pemilik mobil BMW baru dan bekas. Nampak pada analisis regresi menunjukkan hasil yang signifikan, dalam arti atribut kualitas produk mobil BMW berdasarkan tingkatan produk berpengaruh pada kepuasan pelanggan BMW.

Dengan berdasarkan konklusi dan implikasi dari hasil penelitian ini, penulis mencoba memberi saran yang sekiranya dapat dipergunakan dan membantu pihak badan usaha BMW. Dalam arti secara garis besar pihak badan usaha BMW mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan tingkat kualitas produk BMW dan kepuasan pelanggannya. Baik dari awal perencanaan produksi sampai produk dipasarkan serta layanan yang diberikan selanjutnya.