

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan *BlackBerry* di Surabaya. Kepercayaan ditinjau dari *brand characteristic*, *company characteristic* dan *consumer-brand characteristic*. Sedangkan kualitas produk ditinjau dari *performance*, *features*, *reliability*, *conformance*, *durability*, *servability*, *aesthetics* dan *perceived quality*. Untuk dimensi kepuasan pelanggan ditinjau dari *attribute related to product* dan *attribute related to service*.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* dengan metode *convenience sampling*. Target populasi dalam penelitian ini adalah orang yang pernah membeli dan menggunakan ponsel *Blackberry* di Surabaya, pernah melakukan klaim garansi produk *Blackberry* baik garansi operator maupun distributor, bertempat tinggal di Surabaya, pendidikan terakhir minimum SMA, menggunakan ponsel *Blackberry* minimal 1 tahun terakhir.

Metode pengolahan data menggunakan regresi linier berganda dan Koefisien determinasi (R^2) sedangkan pengujian hipotesis menggunakan uji F dan uji t.

Dari hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa signifikansi hasil penelitian untuk uji F sebesar 0.000 ($p < 0.05$) dengan nilai F hitung sebesar 196,248, sehingga bisa dikatakan bahwa untuk uji F hasilnya signifikan. Sedangkan hasil dari uji t diperoleh nilai t hitung untuk b_1 dan b_2 masing-masing sebesar 0,492 dan 0,804 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa kepercayaan dan kualitas produk masing-masing berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan *BlackBerry* di Surabaya dan hubungan yang terjadi adalah positif karena nilai koefisien regresi menunjukkan nilai yang positif.

Kata kunci : kepercayaan, kualitas produk, kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

The sampling technique used is the Non-Probability Sampling with convenience sampling method. Target population in this study is the people who have bought and used Blackberry phones in Surabaya, never done either Blackberry product warranty claims and warranty service distributor, residing in Surabaya, the last a minimum high school education, using the Blackberry mobile phone at least 1 year.

The method of processing of data using multiple linear regression and coefficient of determination (R_2), while the hypothesis with the F test and t test.

From the results of hypothesis testing has been done, it is known that the significance of research results for 0.000 for the F test ($p < 0.05$) with a calculated F value of 196.248, so that it can be said that for the F test results are significant. While the result of the t test values obtained t count for b_1 and b_2 , respectively 0.492 and 0.804 with significance value of 0.000. This means that the trust and the quality of their products significantly influence satisfaction BlackBerry users in Surabaya and the relationship that occurs is positive because the value of regression coefficient indicates a positive value.

Hypothesis test results indicate that trust and product quality are jointly significant influence on customer satisfaction BlackBerry in Surabaya. This can be evidenced from the results of hypothesis testing regression coefficient (b_1) of 0.492 and regression coefficient (b_2) of 0.804. In this case the influence that happened is positive and it means that if any increase in confidence for one unit of score, will improve customer satisfaction by 0.492. Furthermore, the regression coefficient of 0.804 quality products means that assuming b_1 variables constant, any increase in product quality will increase customer satisfaction by 0.804. It also proves that trust and product quality affects customer satisfaction of BlackBerry in Surabaya.

Key words: trust, product quality, customer satisfaction.