

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MOBIL TOYOTA
AVANZA**



ASLI
JURUSAN MANAJEMEN 18/15
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA

Skripsi oleh :

ELZA OKTARIA

01011482124031

MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2023

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF
ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN MOBIL TOYOTA AVANZA

Disusun oleh :

Nama : Elza Oktaria

NIM : 01011482124031

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/ Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 14 September 2023 dan telah memenuhi syarat untuk diterima, Panitia Ujian Komprehensif.

Palembang, 15 September 2023

Tanggal Persetujuan

Pembimbing

Tanggal : 21 Agustus 2023



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN MOBIL TOYOTA AVANZA

Disusun oleh :

Nama : Elza Oktaria
NIM : 01011482124031
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/ Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

ASLI
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
18/9/23


Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 14 September 2023 dan telah memenuhi syarat untuk diterima, Panitia Ujian Komprehensif.

Palembang, 18 September 2023

Pembimbing

Penguji

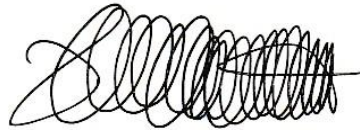


Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011



Hera Febria Mavilinda
NIP.198802282019032018

Ketua Jurusan



Dr. Muhammad Ichsan Hadiri, S.T., M.M
NIP.19890711201803310001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Elza Oktaria
NIM : 01011482124031
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Mata Kuliah Skripsi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul :

“ANALISIS PENARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MOBIL TOYOTA AVANZA”

Pembimbing :

Nama : Welly Nailis, S.E.,M.M

Tanggal Ujian : 14 September 2023

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Palembang, 18 September 2023

Pembuat Pernyataan

Elza Oktaria

NIM.01011482124031



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb. Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas rahmat, barokah, dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul "Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Toyota Avanza ". Penyusunan Skripsi ini selain merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan pendidikan Tingkat Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Pada kesempatan ini ijin penulis untuk mengucapkan terima kasih atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini, yaitu kepada :

1. **Keluargaku tercinta** yang telah memberikan bantuan berupa dukungan baik materi maupun non-materi, motivasi, kasih sayang, serta doa tulus yang tak henti kepada saya
2. Bapak **Welly Nailis, SE., MM** sebagai dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran dan memberikan ilmunya dalam membimbing
3. Ibu **Hera Febria Mavilinda, S.E.,MSi** selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah memberikan waktu, masukan, dan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini dan ilmu-ilmu yang berhubungan dengan manajemen.
4. **Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya** yang telah membekali saya dengan berbagai ilmu selama mengikuti perkuliahan.
5. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan laporan akhir ini yang tidak dapat saya sebutkan satu per-satu, saya mengucapkan terima kasih atas bantuan dan dukungan yang telah diberikan.

Dalam penyusunan Skripsi ini tentunya masih banyak terdapat kekurangan, kesalahan karena keterbatasan kemampuan penulis, untuk itu sebelumnya penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak demi perbaikan yang bersifat membangun atas laporan ini. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih. Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Palembang, 18 September 2023

Penulis,



Elza Oktaria

NIM.01011482124031

ASLI

JURUSAN MANAJEMEN 18/02
FAKULTEK EKONOMI UNIVERSITAS 10

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MOBIL TOYOTA AVANZA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT. Toyota Auto 2000 Tanjung Api-Api Palembang. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari jurnal-jurnal serta website yang dapat dipercaya dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan metode perhitungan statistic dengan memakai dua uji yaitu : Koefisien determinasi R^2 dan regresi linear Sederhana yang menggunakan SPSS 15.00. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variable kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan kosumen PT. Toyota Auto 2000 Tanjung Api-Api Palembang. Keterbatasan pada penelitian ini adalah populasi dan sampel yang terbatas serta objek penelitian perlu diperluas, tidak hanya dikota Palembang saja.

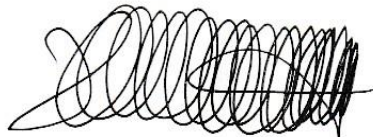
Kata Kunci : Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen

Pembimbing



Welly Nailis, S.E.,M.M
NIP. NIP. 197407102008011011

Ketua Jurusan



Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M
NIP.19890711201803310001

ASLI

JURUSAN MANAJEMEN 18/6/2019
FACULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION OF TOYOTA AVANZA CARS

This research aims to determine the effect of product quality on consumer satisfaction at PT. Toyota Auto 2000 Tanjung Api-Api Palembang. The type of data used in this research is secondary data obtained from reliable journals and websites with a sample of 100 respondents. The data analysis technique used in this research is quantitative analysis with a statistical calculation method using two tests, namely: Coefficient of determination R^2 and simple linear regression using SPSS 15.00. The results of this research show that product quality variables have an influence on customer satisfaction at PT. Toyota Auto 2000 Tanjung Api-Api Palembang. The limitations of this research are the limited population and sample and the research object needs to be expanded, not only in the city of Palembang.

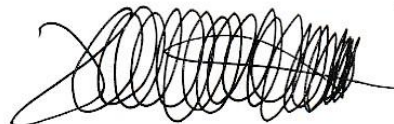
Keywords: Product Quality and Consumer Satisfaction

Pembimbing



Welly Nailis, S.E.,M.M
NIP. NIP. 197407102008011011

Ketua Jurusan



Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M
NIP. 19890711201803310001

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami Dosen Pembimbing Skripsi menyatakan bahwa abstrak skripsi mahasiswa :

Nama : Elza Oktaria
NIM : 01011482124031
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : S1 Manajemen Asal D3
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran



ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MOBIL TOYOTA AVANZA

Telah kami periksa penulisan grammar maupun susunan tenses dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Pembimbing

Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. NIP. 197407102008011011

Ketua Jurusan

Dr. Muhammad Ichsan Hadiri, S.T., M.M
NIP.19890711201803310001

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Masalah.....	5
1.4 Manfaat Teoritis.....	5
BAB II STUDI PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Kualitas Produk	7
2.1.2 Indikator Kualitas Produk.....	9
2.1.3 Kepuasan Konsumen	10
2.1.4 Indikator Kepuasan Konsumen	12
2.1.4.1 Cara Mengukur Kepuasan Konsumen.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Konseptual	24
2.4 Hipotesis Penelitian.....	24

BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	25
3.2 Rancangan Penelitian	25
3.3 Jenis dan Sumber Data	25
3.3.1 Jenis Data	26
3.3.2 Sumber Data.....	26
3.3.1.1 Data Primer	26
3.3.1.2 Data Sekunder	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data	26
3.5 Populasi dan Sampel	27
3.5.1 Populasi.....	27
3.5.2 Sampel	27
3.6 Instrumen Penelitian.....	29
3.7 Uji Instrumen	30
3.7.1 Uji Validitas	30
3.7.2 Uji Reliabilitas	30
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	31
3.7.3.1 Uji Normalitas	31
3.7.3.2 Uji Multikolinieritas	31

3.7.3.2 Uji Heteroskedastisitas	32
3.8 Teknik Analisis Data	32
3.8.1 Analisis Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R^2)	32
3.8.2 Persamaan Regresi Linear Sederhana	33
3.8.3 Uji T (Parsial)	34
3.9 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Hasil Penelitian	36
4.1.1 Gambaran Umum Toyota Auto 2000	36
4.1.2 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden	37
4.1.2.1 Jenis Kelamin	37
4.1.2.2 Usia Responden	38
4.1.2.3 Pekerjaan	39
4.1.3 Analisis Deskriptif	40
4.1.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Mobil Avanza	40
4.1.3.2 Yang Merekomendasi Memilih Mobil Avanza	41
4.1.3.3 Responden Yang Memiliki Mobil Selain Avanza	42
4.1.4 Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian	43
4.1.4.1 Analisis Frekuensi Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kualitas Produk (X)	43

4.1.4.2 Analisis Frekuensi Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	46
4.1.5 Uji Instrumen	49
4.1.5.1 Uji Validitas	49
4.1.6 Uji Reliabilitas	50
4.1.7 Uji Asumsi Klasik	51
4.1.7.1 Uji Normalitas	51
4.1.7.2 Uji Multikolinieritas	53
4.1.7.3 Uji Heteroskedastisitas	53
4.1.7.4 Koefisien Determinasi (R^2)	54
4.1.8 Persamaan Regresi Linear Sederhana	54
4.1.8.1 Uji t	54
4.2 Pembahasan	56
4.2.1 Kualitas Produk	60
4.2.2 Kepuasan Konsumen	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Mobil Terlaris Tahun 2021 dan 2022	2
Tabel 1.2 Jumlah Penjualan Unit Mobil Avanza PT.Toyota Auto 2000	3
Tabel 1.3 Tabel Keluhan Konsumen Mobil Avanza PT.Toyota Auto 2000.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Skala Likert	29
Tabel 3.2 Interpretasi Koefisien Korelasi (r)	32
Tabel 3.3 Variabel Operasional Dan Variabel Penelitian	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	39
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Mobil Toyota Avanza	40
Tabel 4.5 Pihak Yang Merekomendasi Untuk Memilih Toyota Avanza	41
Tabel 4.6 Jumlah Responden Yang Memiliki Mobil Selain Toyota Avanza	43
Tabel 4.7 Persentase Jawaban Responden Pada Setiap Pernyataan Variabel Kualitas Produk (X)	44
Tabel 4.8 Persentase Jawaban Responden Pada Setiap Pernyataan Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Konstruksi Dua Variabel	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X)	50

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	50
Tabel 4.13 Nilai Skewness Dan Kurtosis	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas Variabel Independen (X)	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Glejser	53
Tabel 4.16 Koefisien Determinasi	54
Tabel 4.17 Uji Linier Regresi Sederhana (Uji t)	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Merek Mobil Terlaris diIndonesia 2022	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	24
Gambar 4.1 Grafik Uji Normalitas	52

BAB I

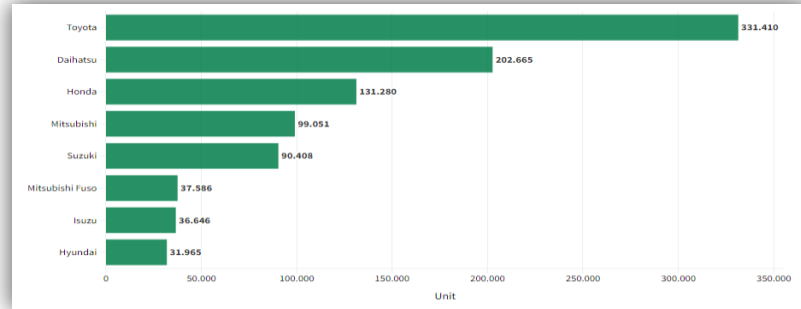
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri otomotif merupakan salah satu sektor andalan yang memiliki kontribusi cukup besar terhadap perekonomian nasional. Saat ini, terdapat 22 perusahaan industri kendaraan bermotor roda empat atau lebih yang ada di Indonesia (Kemenperin.go.id (2021)). Dengan seiringnya perkembangan dunia bisnis otomotif, menjadikan kebutuhan transportasi terus meningkat. Menghadapi situasi ini, membuat semua perusahaan otomotif bersaing mengeluarkan produk seunggul mungkin untuk menarik konsumen. Tidak hanya itu perusahaan otomotif harus bisa membuat konsumen merasakan kepuasan terhadap produknya untuk memenangkan persaingan dengan perusahaan lain.

Peristiwa ini menjadikan konsumen lebih kritis dalam melakukan pembelian produk berkualitas yang memuaskan mereka. Tingginya tingkat persaingan baik untuk produk yang serupa maupun produk yang berbeda, menyebabkan konsumen bertindak selektif dalam melakukan keputusan pembelian (Defriansyah, Daud, & Nailis, 2016). Salah satu faktor yang membuat kepuasan konsumen ialah kualitas dari produknya. Kualitas merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Jika kualitas dari produk yang ditawarkan telah baik serta dipercaya oleh konsumen, maka produk senantiasa akan tertanam dibenak konsumen, karena itu konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang ditawarkan (Kurniawan, Wahab, & Nailis, 2016). Menurut Kotler dan Keller (2009) mengatakan bahwa kualitas dari produk (barang maupun jasa) adalah produk yang telah memenuhi atau melebihi ekspektasi konsumen sehingga dapat menimbulkan sebuah keputusan tersendiri. Menurut Luthfia dalam Putra (2021) Kualitas dapat ditafsirkan oleh kapasitas produk untuk melakukan fungsinya yang mencakup keberlanjutan, keandalan atau kemajuan, kekuatan, kenyamanan dalam produk pengemasan perbaikan dan karakteristik lainnya. Setiap produsen harus dapat menaikkan produk yang

dihasilkan untuk membantu atau mendukung atau meningkatkan atau memelihara produk dalam target. Mengingat kualitas produk, koneksi kepuasan konsumen adalah tujuan dari produsen kegiatan pemasaran (Pramudita, D. T., Gunawan, N. F., Ningsih, M. C., & Adilah, R. (2022). Penjualan *wholesale* 3 tertinggi di pasar dosmetik otomotif sepanjang tahun 2022 yang paling laris yaitu Toyota, Daihatsu, dan Honda. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini



Gambar 1. 1 Merek mobil terlaris di Indonesia Tahun 2022 (dataindonesia.id , 2023)

Berdasarkan mereknya, perusahaan Toyota di Indonesia berhasil menjadi mobil paling tinggi angka penjualannya sebanyak 331.410 unit sepanjang tahun 2022. Maka dari itu, menunjukkan bahwa perusahaan PT.Toyota paling banyak menjual produk mereka dengan dibuktikan berada di posisi paling teratas. 3 Merek produk mobil yang paling tinggi angka penjualannya pada 2 tahun terakhir (2021 dan 2022) ialah dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

Tabel 1.1 Daftar mobil terlaris sepanjang tahun 2021 dan 2022

Tahun	Unit Terjual	Unit Terjual
2021	Toyota Avanza	66.109
	Mitsubishi Xpander	54.624
	Suzuki Carry Pick Up	52.854
2022	Honda Brio	61.025
	Toyota Avanza	60.624
	Suzuki Carry Pick Up	55.386

Sumber : gaikindo.or.id

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa Perusahaan Toyota dengan produknya yaitu mobil Avanza turun peringkat menjadi posisi kedua pada tahun 2022. Tak terkecuali pula dengan PT.Toyota Auto 2000 Tanjung Api-Api dipalembang juga menurunnya angka penjualan mobil Avanza, seperti pada tabel berikut ini :

Tabel 1.2 Jumlah penjualan unit mobil avanza PT.Toyota Auto 2000 Tanjung Api-Api Palembang Tahun 2020, 2021, 2022

Tahun	Jumlah Unit Terjual
2020	3.521
2021	3.497
2022	3.107

Sumber : PT.Toyota Auto 2000 Tanjung Api-Api Palembang, 2023

PT.Toyota Auto 2000 Tanjung Api-Api Palembang dari tahun 2020 sampai tahun 2022 juga mengalami penurunan terhadap penjualan mobil avanza. Berdasarkan data diatas, menjadikan tantangan bagi perusahaan Toyota untuk terus menambahkan inovasi – inovasi terbaru dalam meningkatkan kualitas produk, terutama mobil avanza yang paling tinggi angka penjualannya dari produk perusahaan mereka lainnya. Sebab kualitas produk hal yang paling utama untuk terus mempertahankan eksistensi. Menurut Tjiptono, F., & Chandra, (2012) mengatakan bahwa terdapat empat faktor utama yang perlu diperhatikan oleh perusahaan ataupun pelaku bisnis umkm dalam menganalisa kepuasan konsumen ialah Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Emosional, Harga, dan Biaya (Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. 2022)

Kepuasan konsumen merupakan harapan dari para pelaku bisnis, kepuasan konsumen menjadi tujuan dalam keberhasilan suatu pelaku bisnis. Kepuasan konsumen mempunyai pengaruh penting terhadap keputusan pembelian, perusahaan pun berusaha untuk membuat kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dapat memenuhi harapan para konsumen sehingga konsumen

merasa puas dan memutuskan untuk melakukan pembelian (Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. 2022). Kepuasan konsumen adalah suatu impian yang diharapkan oleh perusahaan, karena tujuan konsumen dalam mengkonsumsi produk adalah Bagi suatu perusahaan atau organisasi, kepuasan merupakan pondasi untuk meraih sasaran yang akan dicapai dan Setiap pelanggan yang puas memiliki inisiatif atau kecenderungan menciptakan hubungan yang ramah (Sudirman, Efendi dan Sri. 2020).

Adanya kepuasan konsumen, perusahaan mendapatkan konsumen baru dikarenakan salah satu perilaku konsumen yang merasa puas mereka akan merekomendasikan produk yang mereka gunakan kepada orang lain. Sehingga *image* dari produk tersebut menjadi bagus dikalangan masyarakat. Dan membuat orang lain yang belum memiliki produk tersebut menjadi ingin memiliki produk tersebut. Sehingga akan membuat peningkatan angka penjualan pada produk.

Adapun data keluhan konsumen pada kualitas produk mobil avanza yang di inventarisasi pada PT.Toyota Auto 2000 Tanjung Api Api Palembang adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3 Tabel keluhan Konsumen PT.Toyota Auto 2000 Tanjung Api Api Palembang

Bagian	Keluhan
Kualitas Produk	Mesin mati ketika lampu menyala
	Fitur kurang canggih
	Design yang monoton
	Tenaga mobil lemah
	Kabin yang kurang senyap
	Setir susah balik

Sumber : Hasil observasi pada PT.Toyota Auto 2000 TAA Palembang

Dari beberapa keluhan yang diobservasi maka perusahaan harus melakukan tindakan perbaikan produk, tujuannya untuk menciptakan citra yang baik dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Setiap perusahaan produk ataupun jasa, kualitas produk merupakan faktor utama untuk membentuk kepuasan konsumen. Jika konsumen merasa tidak puas dapat menyebabkan konsumen tersebut pindah ke perusahaan lain, sehingga akan merugikan perusahaan tersebut.

Adapun penelitian sebelumnya telah membuktikan jika kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen, diantaranya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Abdul Rahman Raka Aditia, Muhammad Wadud, M. Kurniawan, DP (2020), Terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Hasil dari uji t menunjukkan nilai Sig yaitu sebesar ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT. Yamaha A. Rivai Palembang dapat diterima kebenarannya.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Avanza”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen mobil avanza PT.Toyota Auto 2000 Tanjung Api – Api Palembang” ?

1.3 Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian sebagai berikut : Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen mobil avanza PT.Toyota Auto 2000 Tanjung Api – Api Palembang

1.4 Manfaat Teoritis

Berguna untuk menambah wawasan dan dapat memberikan referensi kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan tema pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK SCARLETT DI E-COMMERCE SHOPEE. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(6), 1370-1379.
- Aritonang, L.R. 2013. Kepuasan Pelanggan: Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211-224.
- Defriansyah, D., Daud, I., & Nailis, W. (2016). PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya). *Jembatan*, 13(2), 89. Retrieved from www.radar-palembang.com/Samsung-rajai-pasar-andorid/
- Diza, Farah. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pt. Fifgroup Cabang Manado)." *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*4(1):109–19.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603-612
- Fredereca, B.G. dan Chairy. 2010. Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Smartphone Blackberry. *Jurnal Manajemen Teori dan Terpan*. Vol. 3. No. 2, Hal. 133.

- Hawkin dan Lonney dikutip dalam Tjiptono, 2010. Indikator Kepuasan Konsumen, Jakarta: Binarupa Aksara.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72-78.
- Kasinem, Kasinem. "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat." *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 17.4 (2021): 329-339.
- Kemenperin. (2021). *Menperin: Industri Otomotif Jadi Sektor Andalan Ekonomi Nasional*. Diakses pada 20 Juni 2023, dari <https://www.kemenperin.go.id/artikel/22297/Menperin:-Industri-Otomotif-Jadi-Sektor-Andalan-Ekonomi-Nasional>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran jilid 1, edisi Ketiga belas, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga
- Kurniawan, I., Wahab, Z., & Nailis, W. (2016). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pizza Hut Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 13(1), 27–40.
- Mekel, V. R., Moniharapon, S., & Tampenawas, J. L. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada perusahaan transportasi gojek manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 1285-1294.
- Poha, F. R., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2022). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pengunjung Kopi Dari Hati Marisa). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 86-104.
- Pramudita, D. T., Gunawan, N. F., Ningsih, M. C., & Adilah, R. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan: Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 424-436.

- Priansa, D. J. (2017). *Dalam Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Putra, Rio. 2021. “Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*2(4): 516–24.
- Razak, I., Nirwanto, N., & Triatmanto, B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 1-14.
- Santi, N.P. 2012. Hubungan Karakteristik Social Demografi Konsumen Dengan Respon Terhadap Stimuli Komunikasi Pemasaran (Produk Bancassurance AIA-BCA). Bali: Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Shiddiq, Ahmad, Ratih Kumalasari Niswatin, and Intan Nur Farida. 2018. “Ahmad Shiddiq Analisa Kepuasan Konsumen Menggunakan Klasifikasi Decision Tree Di Restoran Dapur Solo (Cabang Kediri).” *Generation Journal*2(1):9.
- Sisrahmayanti, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian: Peran Mediasi Kepuasan Konsumen. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1), 54-65.
- Sudirman, A., Efendi, Sri, H. 2020. Kontribusi Harga dan Kepercayaan Konsumen Untuk Membentuk Kepuasan Pengguna Transportasi Berbasis Aplikasi. *Journal of Business and Banking*, 9(2).
- Stefanie, R. 2013. Responden Pengunjung Terhadap Media Brosue Jatim Park 2. *Jurnal E-Komunikasi*. Vol. 1, No.3 Hal. 316.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan pembelian: sebagai variabel mediasi hubungan kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67-86.

Zikri, A., & Harahap, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera. *JIEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 923-926.