

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PENGUNAAN PRODUK MOTOR SUZUKI

Toto Prabowo, Hadir Hudyanto, SE, MMA

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2009

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : analisis kepuasan konsumen

Abstraksi :

Kepuasan konsumen adalah fenomena rangkuman atribut bersama-sama dengan emosi konsumsi lainnya (Oliver, 1992). Jadi, tingkat kepuasan merupakan hasil atribut yang dirasakan pelanggan bersama-sama dengan konsumsi lainnya. Data atau variable yang digunakan adalah meliputi data primer dimana data tersebut diambil berdasarkan penelitian kuesioner yang langsung terhadap konsumen. Alat analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan metode skala likert dan uji chi square dimana perhitungannya per kinerja dan per kepentingan masing-masing dimensi. Hasil perhitungan dari data yang diperoleh dengan menggunakan metode tersebut menunjukkan hasil akhir sebagai berikut : penelitian dilakukan dengan cara mengambil sampel secara acak dengan jumlah 100 responden dimana ada 4 (empat) dimensi yang dianalisis, yaitu Dimensi Produk, Harga, Keandalan, dan Pelayanan konsumen merasa puas terhadap pelayanan motor Suzuki dengan nilai keseluruhan sebesar 400,25. sedangkan berdasarkan tingkat kepentingan konsumen dapat disimpulkan bahwa dimensi produk dan pelayanan dinilai sangat penting dengan nilai 424,57 dan 437,25. Serta dengan uji chi square dimana H_0 ditolak karena X^2 hitung sebesar 52,14 yang berada di wilayah H_a dengan X^2 tabel sebesar 21,02. Dengan demikian, H_a diterima dan H_0 ditolak yang artinya bahwa konsumen merasa puas terhadap pelayanan produk motor Suzuki.