

Erin Trisilia Windiyanti, 10312046, **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan LCGC Toyota Agya**, Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Gresik, Agustus 2014.

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kinerja, fitur, kehandalan, dan daya tahan terhadap kepuasan dan loyalitas. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang membeli di PT. Arina Parama Jaya (Arina Motor) dan menggunakan mobil Toyota Agya selama minimal satu bulan. Jumlah sampel adalah 50 orang sampel yang dipilih dengan menggunakan metode non Non-Probability Sampling, yaitu teknik Purposive Sampling dan Insidental Sampling. Data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada responden. Data di analisis dengan menggunakan regresi logistik yang diolah dengan aplikasi pengolahan data SPSS 16,00. Pengujian dilakukan dengan menggunakan teknik analisis jalur. Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t diketahui bahwa kinerja berpengaruh terhadap kepuasan dari hasil hitung sebesar $13,565 > t$ tabel $2,0106$, fitur berpengaruh terhadap kepuasan dari hasil hitung sebesar $4,151 > 2,0106$, kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan dari hasil hitung sebesar $0,4535 > 2,0106$, daya tahan berpengaruh terhadap kepuasan dari hasil hitung sebesar $2,403 > 2,0106$, kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dari hasil hitung sebesar $4,116 > 2,0106$.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan

Erin Trisilia Windiyanti, 10312046, Effects of Product Quality to Satisfaction and Customer Loyalty LCGC Toyota Agya, Management, Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Gresik, August 2014.

Abstract

This research to determine how much influence the performance, features, reliability, and durability to the satisfaction and loyalty. The population in this research is that all customers who buy Toyota Agya at PT. Arina Parama Jaya (Arina Motor) and used Toyota Agya cars for at least one month. The number of samples is 50 samples were selected by using the method of Non-Probability Sampling, namely purposive sampling and incidental sampling. The data in this research is primary data obtained from questionnaires distributed to respondents. Data were analyzed using logistic regression were processed with SPSS data processing applications 16. Testing was done by using path analysis. The results of hypothesis testing using t-test is known that the performance effect on satisfaction of a count of 13,565 > t table 2.0106, features affect the satisfaction of a count equal to 4.151 > 2.0106, reliability affects the satisfaction of a count equal to 0.4535 > 2.0106, resistance affects the satisfaction of a count equal to 2.403 > 2.0106, effect on customer loyalty satisfaction of the results count equal to 4.116 > 2.0106.

Keywords: Product Quality, Satisfaction, Customer Loyalty