

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI
SHOWROOM PT. INDOMOBIL TRADA NASIONAL NISSAN
CIKARANG**



**Jl.MH THAMRIN KAV 200 B LIPPO CIKARANG BEKASI JAWA
BARAT 17555**

Oleh :

DinitaAdistiany

11104869

**FAKULTAS MENEJEMEN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA**

2014

**ANALYZE THE INFLUENCE OF THE QUALITY OF SERVICE
AND PRODUCT QUALITY TO CONSUMERS SATISFACTION IN
PT. INDOMOBIL TRADA NASIONAL NISSAN CIKARANG**



**Jl.MH THAMRIN KAV 200 B LIPPO CIKARANG BEKASI JAWA
BARAT 17555**

Oleh :

DinitaAdistiany

11104869

**FACULTY OF BUSSINESS MANAGEMENT
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA**

2014

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI
SHOWROOM PT. INDOMOBIL TRADA NASIONAL NISSAN
CIKARANG**

Jl.MH THAMRIN KAV 200 B LIPPO CIKARANG BEKASI JAWA
BARAT 17555

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program
Sarjana (S1) pada Program Sarjana
Fakultas Manajemen Bisnis
Universitas Kristen Duta Wacana
Yogyakarta

Disusun oleh :

DINITA ADISTIANY

NIM 11104869

**FAKULTAS MENEJEMEN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA**

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI
SHOWROOM PT. INDOMOBIL TRADA NASIONAL NISSAN
CIKARANG**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

DINITA ADISTIANY

11104869

Dalam Ujian Skripsi Progam Studi Menejemen Fakultas Bisnis
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar:

Sarjana Ekonomi pada tanggal 19 JUN 2014

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dra. Ety Istriani, MM

(Ketua Tim)

2. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si

(Dosen Penguji)

3. Dr. Singgih Santoso, MM

(Dosen Penguji)

Yogyakarta, 26 JUN 2014

Disahkan Oleh:

Dekan



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Menejemen

Petra Surya Mega Wijaya, SE, Msi

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Dinita Adistiany
Nomor Induk mahasiswa : 11104869
Fakultas / Jurusan : Manajemen Bisnis
Judul Skripsi : **“ANALISISPENGARUH KUALITAS
PELAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI SHOWROOM PT.
INDOMOBIL TRADA NASIONAL
NISSAN CIKARANG”**
Dosen Pembimbing : Dr. Singgih Santoso, MM

Yogyakarta, 09 Juni2014

Mengetahui,



Dosen Pembimbing,

Dr. Singgih Santoso, MM

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SHOWROOM PT. INDOMOBIL TRADA NASIONAL NISSAN CIKARANG”. Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Manajemen Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah di cantumkan sebagaimana mestinya.

Jika kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 10 Juni 2014



(Dinita Adistiany)

11104869

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Tuhan Yesus atas segala berkat dan penyertaanNya penulis dapat menyelesaikan penelitian pada tingkat pendidikan Sarjana / S1 di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
2. Orang tua yang selalu memberi dukungan moril dan materi serta yang mau selalu sabar mendidik.
3. Yang terhormat seluruh dosen yang pernah mengajar dan mendidik penulis terutama dosen fakultas Bisnis Management yang dengan sabar dan mau berbagi pengetahuan kepada penulis dengan cara penyampaian yang ramah dan menyenangkan sehingga penulis dapat sampai pada tahap ini.
4. Seluruh teman-teman Bisnis Management angkatan 2010. Teman seperjuangan yang selalu setia, penuh cinta, canda dan tawa, yang menjadikan waktu tiap detik semakin berarti. Terima kasih atas semangat, kekeluargaan, kebersamaan, dan telah memberikan makna persahabatan.

MOTTO

With JESUS,
all things are Possible

“Brilliant People Do Not Make Mistakes,
but Mistakes Make People Brilliant”.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus yang selalu menyertai dan memberkati penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SHOWROOM PT. INDOMOBIL TRADA NASIONAL NISSAN CIKARANG”**.

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Manajemen Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana. Meskipun telah diusahakan sebaik mungkin agar penulisan ini mempunyai nilai ilmiah, namun karena kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis dapat dikatakan sangat terbatas maka, didalam penyajiannya maupun materi yang terkandung tidak luput dari kekurangan maupun kesalahan. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan semua pihak, maka penelitian ini tidak berjalan dengan lancar.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis akan menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Singgih Santoso,MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Sekaligus dosen pembimbing yang membimbing dengan penuh kesabaran dan kebaikan hati dalam memberikan bimbingan dan arahan hingga selesai penulisan penelitian ini.
2. Bapak Surya Mega Wijaya, SE.M.Si., selaku Wakil Dekan Fakultas Bisnis di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Sekaligus dosen pengajar yang

ramah dan mempunyai ide-ide yang inovatif dalam metode pengajaran yang menyenangkan sehingga manfaatnya dapat dirasakan sampai penulis menyelesaikan penulisan penelitian ini.

3. Seluruh dosen Fakultas Bisnis Management di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama kuliah.

Penulis menyadari bahwa penulisan penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penyusun menerima saran dan kritik yang sifatnya membangun dalam pembuatan Skripsi ini, sehingga dapat berguna untuk perbaikan pembuatan karya selanjutnya. Semoga penulisan penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah.....	3
I.3 Tujuan Penelitian.....	3
I.4 Manfaat Penelitian.....	4
I.5 Batasan Masalah.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Kualitas Layanan.....	6
2.1.2 Kualitas Produk.....	10

2.1.3 Kepuasan Konsumen.....	12
2.2 PenelitianTerdahulu	21
2.3 Model Penelitian	23
2.4 PengembanganHipotesis	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Data.....	24
3.1.1 Sumber Data.....	25
3.1.2 TehnikPengumpulan Data.....	25
3.1.3 PopulasidanSampel	26
3.2 DefinisiVariabelPenelitiandanPengukuranVariabel	27
3.2.1 VariabelPenelitian.....	27
3.2.2 PengukuranVariabel.....	27
3.3 DesaignPenelitian	28
3.4 Model StatistikdanUjiHipotesis	28
3.4.1 UjiValiditas	28
3.4.2 UjiReliabilitas	29
3.4.3 Regresi Linier Berganda	30
3.5 UjiHipotesis	31
3.5.1 Uji T	31
3.5.2 Uji F.....	32
3.5.3 KoefisienDeterminasi.....	33
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	34
4.1 StatistikDeskriptif.....	34

4.2 Hasil Pengolahan Data	35
4.2.1 Analisis Validitas	35
4.2.2 Analisis Reabilitas	37
4.3 Karakteristik Responden	38
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
4.4.1 Uji F.....	45
4.4.2 Uji T	46
4.4.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	47
4.5 Pembahasan	47
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	50
5.1 Simpulan.....	50
5.2 Keterbatasan Penelitian	50
5.3 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	36
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.5 Prosentase Berdasarkan Pendidikan	40
Tabel 4.6 Prosentase Berdasarkan Pekerjaan.....	41
Tabel 4.7 Prosentase Berdasarkan Tahun Pembelian Mobil.....	41
Tabel 4.8 Prosentase Berdasarkan Tempat Pembelian Mobil.....	42
Table 4.9 Prosentase Berdasarkan Pendapatan.....	43
Table 4.10 Prosentase Berdasarkan Cara Pembelian Mobil	44
Table 4.11 Hasil Regresi Linier Berganda Coeffientsa	44
Table 4.12 Hasil Uji F ANOVA b	45
Table 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	47
Table 4.14 Ringkasan Hasil Penelitian.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Customer Statifaction Model.....	16
Gambar 2.2 KonsekuensiKepuasanPelanggan	18
Gambar 2.3 KerangkaPemikiran	23

©UKDWN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner
Lampiran II	Jawaban Responden
Lampiran III	Uji Validitas Dan Reliabilitas
Lampiran IV	Karakteristik Responden
Lampiran V	Uji Hipotesis
Lampiran VI	Surat Ijin Penelitian

©UKDW

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di PT. INDOMOBIL TRADA NASIONAL NISSAN CIKARANG. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian pada PT. INDOMOBIL TRADA NASIONAL NISSAN CIKARANG.

Sampel yang digunakan adalah 50 orang. Alat uji analisis yang digunakan ialah uji validitas, uji reliabilitas, analisis frekuensi, analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, dan koefisien determinasi.

Melalui alat uji analisis regresi linier berganda diperoleh hasil dari variable kualitas layanan $0.308 > 0,05$ dan kualitas produk $0.000 < 0,05$. Melalui uji F diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000.

Dari hasil analisis regresi berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Secara bersama-sama (uji F) variable kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap variable kepuasan konsumen Nissan Cikarang. Secara parsial (uji t) variable yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen Nissan Cikarang adalah kualitas produk.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the influence of the quality of service and product quality to consumers satisfaction in PT. INDOMOBIL TRADA NASIONAL NISSAN CIKARANG. The population in this study are all consumers who have ever made a purchase at PT. INDOMOBIL TRADA NASIONAL NISSAN CIKARANG.

The sample used by 50 people. Test equipment used is the analysis of test validity, test reliability, frequency analysis, multiple linier regression analysis, F test, t test dan the coefficient of determination.

Through the means of multiple linier regression analysis of test result obtained from the variable quality of service $0.308 > 0.005$ and variable quality of product $0.000 < 0.005$. Obtained through the F test significance value of 0.000.

From results of multiple linier regression analysis can be summarized as follows: taken together the variable quality of service and product quality significantly influence on consumers satisfaction Nissan Cikarang. Partially variables that have an influence on consumer statsfaction in the quality of product.

Key Words: Service Quality, Product Quality and Consumers Satisfaction.

BAB I

PENDAHULUAN

I.I Latar Belakang

Persaingan yang semakin ketat di mana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap pengusaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama (Tjiptono, 2000:24). Semakin banyaknya produsen yang menawarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak untuk menentukan jadi tidaknya pembelian.

Dalam industri manapun pasti akan ditemukan persaingan didalamnya, tidak terkecuali industri retail di Indonesia (Maushufi, 2009). Salah satunya ialah persaingan dalam hal menawarkan produk dan jasa yang berkualitas, pelayanan yang ramah dan menyenangkan yang akan membuat pelanggan merasa puas membeli dan menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Hubungan konsumen dan perusahaan saat ini harus terus di perhatikan agar keberlangsungan suatu perusahaan dapat terus bertahan. Untuk bisa membuat konsumen merasa puas atas layanan yang telah diberikan, maka perusahaan harus dapat berusaha dalam memahami apa yang diperlukan baik dari konsumen sehingga dapat menimbulkan citra atau tempat tersendiri di hati para konsumen. Konsumen akan senang apabila merasakan kepuasan, apabila apa yang diharapkan dan yang diinginkan dapat dipenuhi oleh perusahaan. Faktor-faktor yang membuat pelanggan merasakan kepuasan antara lain adalah kualitas produk dan kualitas kinerja pelayanan. Salah satu hal yang paling penting untuk saat ini

adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik yaitu, apabila perusahaan dapat mengerti dan memahami kebutuhan-kebutuhan konsumennya.

Perusahaan harus memahami produk seperti apa yang diinginkan baik bentuk, warna, desain, manfaat, mengikuti trend dan perkembangan teknologi terbaru yang bisa menaikkan nilai dan penjualan suatu perusahaan. Terutama dalam perusahaan ritel yang bergerak dibidang otomotif yang mampu fleksibel mengikuti keinginan konsumen akan tuntutan secara fisik kualitas produk yang juga banyak mengalami persaingan yang sangat kompetitif antar perusahaan otomotif demi mencapai kepuasan konsumen.

Nissan Motors Indonesia (NMI) merupakan pemegang merk Nissan Indonesia. Dan retailer otomotif Nissan dipegang oleh Indomobil Group. Indomobil group selain memegang Produk Nissan sebagai produk penjualannya juga memegang brand otomotif lainnya seperti Suzuki, Hino, Infinity dan lain sebagainya. Nissan merupakan produk otomotif jepang yang bersaing dengan produk-produk sekelas Honda, Mitsubishi, Toyota, dan sebagainya. Dengan adanya banyak kompetitor yang sama-sama berada di Indonesia Nissan harus benar-benar mempertahankan kualitas pelayan dan kualitas produknya supaya konsumen merasa puas dan memiliki *brand equity* yang tinggi tentang produk Nissan sebagai produk otomotif yang berkualitas baik dan tidak kalah saing kualitasnya dengan produk otomotif lain sekelasnya. Namun, belum dapat dipastikan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk PT. INDOMOBIL TRADA NASIONAL NISSAN Cikarang dapat memberikan rasa puas untuk para pelanggannya. Melihat hal tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti tentang

“ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SHOWROOM PT. INDOMOBIL TRADA NASIONAL NISSAN CIKARANG”. Penelitian ini menggunakan dua variable yaitu independen dan dependen. Variable independen dalam penelitian ini adalah *service quality* (kualitas pelayanan) dan *product quality* (kualitas produk). Dan variable dependen dalam penelitian ini adalah *customers statifaction* (kepuasan konsumen) PT. INDOMOBIL TRADA NASIONAL NISSAN Cikarang.

I.2 Perumusan Masalah

Dengan kondisi ini dan berdasarkan latar belakang masalah yang terjadi, maka dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- a. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. INDOMOBIL TRADA NASIONAL NISSAN Cikarang?
- b. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. INDOMOBIL TRADA NASIONAL NISSAN Cikarang?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. INDOMOBIL TRADA NASIONAL NISSAN CIKARANG.

- b. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. INDOMOBIL TRADA NASIONAL NISSAN CIKARANG.

I.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi :

- a. Bagi Universitas

Sebagai bahan referensi untuk penelitian bidang kepuasan konsumen melalui media internet di masa yang akan datang dan sebagai bahan untuk menambah informasi di bidang pemasaran berdasarkan penerapan yang ada dalam kenyataan.

- b. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi PT. INDOMOBIL TRADA NASIONAL NISSAN CIKARANG untuk mengetahui kualitas layanan dan kualitas produk yang berpengaruh pada kepuasan konsumen terhadap produk Nissan Di Cikarang. Selain itu dapat digunakan sebagai dasar pembuatan strategi yang tepat untuk menggunakan kegiatan atau Media Pemasaran yang baik.

- c. Bagi Penulis

Sarana untuk menerapkan ilmu manajemen yang didapat selama mengikuti perkuliahan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran, dan juga menambah wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap suatu produk jasa.

I.5 Batasan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas maka penulis membatasi ruang lingkup masalahnya sebagai berikut:

- a. Penelitian akan dilakukan pada konsumen yang menggunakan Produk Mobil Nissan.
- b. Mobil Nissan yang ada di kawasan Lippo Cikarang.
- c. Cakupan daerah penelitian terbatas di Wilayah Lippo Cikarang.
- d. Jumlah Responden dibatasi pada jumlah 50 orang responden.
- e. Waktu Penelitian dilakukan pada April 2014 - Juni 2014.
- f. Responden yang diteliti adalah orang yang berdomisili di Kawasan Lippo Cikarang dan yang mengetahui tentang Produk Nissan.
- g. Variabel dalam penelitian meliputi :
 - i. Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)
 - ii. Kualitas Produk (*Product Quality*)
 - iii. Kepuasan Pelanggan (*Customers Statifaction*)

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang variable independent (kualitas layanan dan kualitas promosi) terhadap kepuasan konsumen Nissan Cikarang dimana sampel yang digunakan ialah 50 responden, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil analisis prosentase mengenai karakteristik responden yang sudah pernah membeli Mobil Nissan adalah sebagai berikut: Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 80%. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden yang berusia 30-39 tahun yaitu sebesar 48%. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden yang berpendidikan Sarjana yaitu sebesar 66%. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden yang bekerja sebagai karyawan disuatu perusahaan yaitu sebesar 66%. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden yang membeli mobil di showroom Nissan pada tahun 2010-2014 sebesar 78%. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden yang membeli mobil di showroom Nissan Cikarang sebesar 74%. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden yang memiliki pendapatan mulai dari Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000 yaitu sebesar 60%. Mayoritas responden dalam

penelitian ini adalah responden yang membeli dengan cara pembayaran secara kredit yaitu sebesar 92%.

- b. Dari hasil analisis regresi berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Secara bersama-sama (uji F) variable kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap variable kepuasan konsumen Nissan Cikarang (Y).

Secara parsial (uji t) variable yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen Nissan Cikarang adalah kualitas produk (berpengaruh positif).

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan antara lain:

- a. Yang mempengaruhi kepuasan konsumen Nissan Cikarang dalam penelitian ini hanya terbatas pada variable kualitas produk saja.
- b. Jumlah responden dalam penelitian ini dibatasi jumlahnya yaitu hanya 50 orang dikarenakan keterbatasan waktu dan biaya.
- c. Pertanyaan dalam penelitian ini menggunakan kuesoner yang memaksa responden untuk menjawab secara tertutup atau hanya memilih jawaban yang telah disiapkan sebelumnya.

5.3 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan penelitian ini, maka penulis akan memberikan beberapa saran bagi penelitian selanjutnya. Berikut adalah saran-saran bagi penelitian selanjutnya:

- a. Pada penelitian yang mendatang selain hanya variable kualitas pelayanan dan kualitas produk disarankan untuk menambahkan variable distribusi, harga dan lokasi untuk penelitian pada perusahaan berjenis ritel seperti perusahaan PT, INDOMOBIL TRADA NASIONAL NISSAN CIKARANG yang sudah diteliti oleh penulis.
- b. Diharapkan untuk penelitian yang mendatang jumlah responden yang diteliti lebih dari 50 responden jika memang memungkinkan.

©UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. 2003, *Reliabilitas dan validitas*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bhote, Keki R, 1996, hal 56, *Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty*, American Management Association.
- Dergibson Siagian dan Sugiarto, 2000, *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Freddy Rangkuti. 2002, *Riset Pemasaran. Gramedia Pustaka Utama*, Jakarta.
- Guilitnan, Joseph P, Paul, Gordon W and Madden, Thomas J, 1997, Hal 7, *Marketing Management. 6th edition*, Mc Graw-Hill Companies.
- Garvin D, 1987, *Competing on the Eight Dimensions of Quality*, Business Review, Harvard.
- Gujarati, Damodar, 1999, *Ekonometrika Dasar*, Edisi 1, Terjemahan Sumarno
- Hasan, I. 2009, *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*, Jakarta: PT.Bumi Aksara.
- Kotler dan Amstronng, 2006, *Dasar-dasar Pemasaran; Jilid dua*, Terjemahan. PT. INDEKS, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip, 2003, p.138, *Marketing Management*, 11th Edition. Prentice Hall Int'l, New Jersey.
- Kotler, Philip, 2002, hal.38, *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Edisi Milenium*, PT. Prenhalindo, Jakarta.
- Kuncoro 2006, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta.
- Lovelock, Christopher.H dan Wright, Lauren.K, 2005 Hal 102, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Indeks.
- Lungan R, 2006, *Aplikasi Statistika dan Hitung Peluang*, Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.

- Rangkuti, Freddy, 2002 Hal 23, *Measuring Customer Satisfaction*, Gramedia Pustaka Utama.
- Stanton, William J. 2004. Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Schiffman, Leon.G and Kanuk, Leslie Lazar, 2004 Hal 14, *Consumer Behavior 8th edition*, Pearson Prentice Hall.
- Sugiono, 2006, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta Zain, Jakarta: Erlangga.
- Soehardi Sigit, 1999, *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial-Bisnis-Menejemen*, FE Universitas Sarjanawiyata Taman Siswa, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2000, *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama, Andi offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2001, *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama, Andi Ofset, Yogyakarta.
- Tjiptono. 2007. *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama, Andi Ofset, Yogyakarta.
- Zeithaml, Valarie A. and Bitner, Mary Jo, 2003 p.162, *Service Marketing*, Int'l Edition, McGraw Hill Inc, New York.
- Zeithaml, Valarie A. and Bitner, Mary Jo, 2003 p.85, *Service Marketing*, Int'l Edition, Mc Graw Hill Inc, New York.