

ABSTRAK

Produk yang dikeluarkan perusahaan lebih baik dicocokkan dengan apa yang dibutuhkan serta diinginkan oleh konsumen. Dalam proses perjalanan usaha sebagai *owner* diharuskan bisa memberi kualitas pelayanan yang baik. Kualitas layanan ini mempunyai korelasi yang kuat dengan kepuasan konsumen. Pemberian layanan berkualitas mampu memotivasi konsumen dalam mempererat hubungan konsumen. Oleh karena itu, kepuasan konsumen mampu ditingkatkan dengan cara meminimalkan pengalaman konsumen yang berakibat pada pertahanan keberadaan cara kinerjanya dalam pencapaian tingkatan perkembangan tertentu. Penelitian ini bertujuan dalam hal pengujian pengaruh kualitas pelayanan, harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hens Auto Garage Yogyakarta.

Jenis dalam penelitian menggunakan metode penelitian analisa deskriptif kuantitatif. Sampel diambil dengan teknik *total sampling nonprobability sampling*. Sampel yang digunakan yaitu sebagian dari seluruh konsumen Hens Auto Garage Yogyakarta yang memenuhi syarat. Regresi Linear Berganda adalah teknik analisis data yang digunakan.

Hasil penelitian ini semua variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Hens Auto Garage di Yogyakarta, dengan kata lain terbukti bahwa ada pengaruh positif antara variabel bebas terhadap variabel terikat

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk, Kepuasan konsumen

ABSTRACT

Products issued by companies are better matched with what is needed and desired by consumers. In the process of traveling business as the owner is required to provide good service quality. The quality of this service has a strong correlation with customer satisfaction. Providing quality services is able to motivate consumers to strengthen consumer relations. Therefore, consumer satisfaction is able to be improved by minimizing consumer experience which results in the defense of the existence of how it performs in achieving certain levels of development. This study aims at terms of testing the influence of service quality, price, product quality and service quality of customer satisfaction in Hens Auto Garage Yogyakarta.

The type in research uses quantitative descriptive analysis research method. The sample was taken with a total sampling technique of nonprobability sampling. The sample used is part of all consumers of Hens Auto Garage Yogyakarta who qualified. Multiple linear regression is the data analysis technique used.

The results of this study all variables have a significant influence on the quality of service, price, and product quality simultaneously on consumer satisfaction on Hens Auto Garage in Yogyakarta, in other words it is proven that there is a positive influence between the independent variables of the dependent variable.

Keywords: service quality, price, product quality, customer satisfaction