

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PRODUK TELEVISI  
PADA PT XYZ**



Oleh :

**SAMI ERNAWATI**

**NRP. 11194038**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA  
SURABAYA  
1998**

## ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir ini kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi membawa perkembangan yang pesat dalam dunia usaha yaitu terciptanya penemuan-penemuan baru di segala bidang. Dengan perkembangan teknologi elektronik khususnya televisi, memungkinkan pelanggan untuk menuntut terciptanya produk-produk yang lebih sempurna dan dapat memuaskan keinginan mereka.

Persaingan ketat tersebut terlihat dari banyaknya produk elektronik yang ditawarkan pada setiap pameran. Hal ini dimaksudkan untuk menimbulkan sikap kreatif dan inovatif dari para pengusaha dalam memperkenalkan produknya serta melihat animo masyarakat terhadap beragam produk yang ditawarkan.

Keberhasilan perusahaan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan dalam melihat dan menyesuaikan dengan situasi pasar yang selalu berubah sesuai dengan keinginan dari konsumen sebagai pengguna produk televisi maka perusahaan XYZ juga harus memantau dan mengevaluasi apakah faktor-faktor yang meliputi hubungan nilai dengan harga, kualitas produk, ciri-ciri produk, garansi, pelayanan penjualan, dan kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan apakah faktor ciri-ciri produk yang dominan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari perhitungan microstat dapat diketahui bahwa uji  $t$  menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah faktor kualitas produk (2,993), ciri-ciri produk (4,437), garansi (3,585), dan kemudahan (3,013) sedangkan faktor yang tidak berpengaruh adalah faktor hubungan nilai dengan harga (0,722) dan faktor pelayanan penjualan (0,251). Uji  $F$  menguji secara bersama-sama faktor faktor yang meliputi hubungan nilai dengan harga, kualitas produk, ciri - ciri produk, garansi, pelayanan penjualan, dan kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar ( $F=30,263$ ). Berdasarkan tingkat korelasi parsial faktor ciri-ciri produk yang dominan terhadap kepuasan pelanggan (49,70%).

Perusahaan hendaknya tetap menjaga dan meningkatkan faktor-faktor yang meliputi hubungan nilai dengan harga, kualitas produk, ciri-ciri produk, garansi, pelayanan penjualan, dan kemudahan makin baik, agar pelanggan tetap loyal pada produk televisi yang dihasilkan oleh PT XYZ.