

ABSTRAK

DZUL FADLI, 2014. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan produk mobil Honda Jazz di wilayah Kabupaten Bantaeng, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Pembimbing I oleh Moh. Aris Pasigai, SE., MM dan Pembimbing II Edi Jusriadi, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh kepuasan masyarakat sebagai konsumen terhadap penggunaan mobil merk Honda Jazz di wilayah Kabupaten Bantaeng dengan sampel pada penelitian ini adalah 29 responden, dengan menggunakan metode sampel jenuh. Sedangkan pengumpulan data menggunakan teknik penelitian kepustakaan, observasi dan wawancara.

Maka untuk menjelaskan karakteristik responden menggunakan model regresi asumsi klasik, Sedangkan untuk menjelaskan deskripsi penelitian yang berkaitan dengan hipotesis dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda, uji Y (*Variabel Terkait*) dan a (*Nilai Konstanta*)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dari variabel factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan produk mobil merk Honda Jazz, yang ditunjukkan hasil regresi linier berganda maka hasil penelitian terhadap tingkat kepuasan pelanggan dengan hasil survey menunjukkan adanya korelasi yang kuat, ini berarti kepuasan membawa pengaruh yang positif terhadap peningkatan permintaan mobil merk Honda Jazz yaitu sebesar 97,61 %, dimana $r^2 = 0,9761$ artinya bahwa 97,61% pengaruh kepuasan terhadap nilai pemakai sebesar 97,61%, selebihnya 2,39% di pengaruh oleh factor lain yang tidak diteliti. $t_{y,t} = 15,84 > t^{tab} = 6,314$ yang berarti bahwa kenaikan nilai npromosi (Y) bergantung sepenuhnya oleh kepuasan pengguna Honda Jazz dimana (X) terdapat hubungan yang positif. Untuk memperoleh pangsa pasar yang lebih besar, disarankan agar pihak perusahaan agar tetap memprioritaskan produk yang mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen. Hal tersebut disebabkan karena banyaknya pesaing-pesaing baru dengan produk baru yang sejenis, sehingga perusahaan diharuskan untuk tetap mempertahankan kondisi yang ada dan bila mungkin berupaya meningkatkan produk guna menjadi daya tarik tersendiri terhadap konsumen.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Peningkatan penjualan, Serta Kepuasan Konsumen.