

ABSTRAK

Industri otomotif di Indonesia sedang gencar-gencarnya melakukan inovasi terhadap produknya, sehingga tidak mengherankan jika persaingan dalam usaha bidang otomotif berlangsung dengan sangat ketat. Hal ini ditandai oleh banyaknya perusahaan otomotif yang mencoba peruntungannya dengan terjun ke dalam bisnis memproduksi berbagai macam tipe sepeda motor, seperti motor bebek, motor sport dan motor matic. Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk akan memberikan cerminan keberhasilan produsen dalam menghasilkan produk tersebut. Berdasarkan survey yang dilakukan MARS mengenai kepuasan konsumen ada penurunan indeks kepuasan konsumen dikarenakan menurunnya tingkat penjualan, pangsa pasar, dan ketidakpuasan pengguna alat transportasi di Indonesia pada tahun 2012 . Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kepuasan konsumen pengguna sepeda motor merek yamaha dipengaruhi oleh kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek.

Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna sepeda motor merek Yamaha dari kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang. Sampel diambil sebanyak 100 responden dan teknik yang digunakan adalah teknik *Non-probability Sampling* dengan pendekatan *Accidental Sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey melalui kuesioner yang diisi oleh konsumen. Kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda. Analisis ini meliputi Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Berganda, Analisis Koefisien Determinasi (R^2) serta Uji Hipotesis melalui Uji f dan Uji t.

Hasil analisis menggunakan regresi linear berganda dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen sepeda motor merek Yamaha. Hasil analisis menggunakan uji t dapat diketahui kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sepeda motor merek Yamaha. Hasil analisis menggunakan koefisien determinasi diketahui bahwa 54,5% variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek, sedangkan sisanya 45,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Kata kunci : kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan konsumen.