

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN LCGC TOYOTA AGYA**

**Erin Trisilia Windiyanti**

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Gresik

Kampus GKB, Jl Sumatra 101 GKB Gresik 61121 Jawa Timur Indonesia

e-mail : [erin3cilia@gmail.com](mailto:erin3cilia@gmail.com)

## **ABSTRACT**

*This research to determine how much influence the performance, features, reliability, and durability to the satisfaction and loyalty. The population in this research is that all customers who buy Toyota Agya at PT. Arina Parama Jaya (Arina Motor) and used Toyota Agya cars for at least one month. The number of samples is 50 samples were selected by using the method of Non-Probability Sampling, namely purposive sampling and incidental sampling. The data in this research is primary data obtained from questionnaires distributed to respondents. Data were analyzed using logistic regression were processed with SPSS data processing applications 16. Testing was done by using path analysis. The results of hypothesis testing using t-test is known that the performance effect on satisfaction of a count of 13,565 > t table 2.0106, features affect the satisfaction of a count equal to 4.151 > 2.0106, reliability affects the satisfaction of a count equal to 4.5535 > 2.0106, resistance affects the satisfaction of a count equal to 2.403 > 2.0106, effect on customer loyalty satisfaction of the results count equal to 4.116 > 2.0106.*

*Keywords: Product Quality, Satisfaction, Customer Loyalty*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan ekonomi yang meningkat di Indonesia saat ini, membuat berbagai industri otomotif berlomba-lomba untuk menciptakan produk yang berkualitas dan lebih unggul dibandingkan dengan para pesaingnya. Kualitas produk yang ditawarkan dan kepuasan pelanggan adalah variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan untuk terus menjadi pelanggan dan melakukan pembelian ulang yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Perusahaan harus mampu mempertahankan loyalitas pelanggan, karena loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang ingin menjaga kelangsungan hidup usahanya maupun keberhasilan usahanya.

Loyalitas menurut Kotler (2005:18) dalam Nurhayati, menyebutkan bahwa loyalitas pelanggan adalah suatu pembelian ulang yang

dilakukan oleh seorang pelanggan karena komitmen pada suatu merek atau perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang merupakan hasil perbandingan dari persepsi kinerja produk dan harapannya (Kotler dalam Durianto,dkk, 2004:6). Menurut Kotler (dalam Simamora, 2001:139), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan ataupun dikonsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan atau kemauan. Dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan, kualitas produk memiliki beberapa dimensi, yaitu kinerja, fitur, reliabilitas, kesesuaian, daya tahan, *serviceability*, estetika, dan persepsi kualitas (Tjiptono, 2008:68).

Mobil merupakan produk perusahaan otomotif, yang merupakan sarana transportasi

untuk keperluan pribadi, diperlukan untuk suatu kondisi yang dapat memuaskan pelanggannya. Sebagai langkah mewujudkan pemasaran berwawasan lingkungan, maka para produsen mobil mulai berinovasi dengan memproduksi *Low Cost Green Car* (LCGC). Beberapa produsen mobil yang memproduksi LCGC adalah Toyota, Daihatsu, Honda dan Suzuki. Mobil murah telah diyakini masyarakat sebagai suatu produk mobil murah ramah lingkungan yang berkualitas. Salah satu mobil LCGC yang diminati oleh masyarakat adalah Toyota Agya.

### **Loyalitas Pelanggan**

Oliver (dalam Kotler, 2008:138) mengemukakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan sebuah komitmen untuk membeli kembali suatu produk secara konsisten dimasa yang akan datang.

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang merupakan hasil perbandingan dari persepsi kinerja produk dan harapannya (Kotler dalam Duriyanto, dkk 2004:6). Pelanggan tidak akan merasa puas apabila pelanggan mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi. Kepuasan pelanggan sangat bergantung pada harapannya.

### **Kualitas Produk**

Menurut Kotler (dalam Simamora, 2001:139), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan ataupun dikonsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan atau kemauan.

Dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan, kualitas produk memiliki beberapa dimensi, yaitu kinerja, fitur, *reliability*, kesesuaian, daya tahan, *serviceability*, estetika, dan persepsi kualitas (Tjiptono, 2008:68). Sedangkan menurut Duriyanto, dkk (2004:7) dimensi kualitas produk terdiri dari empat elemen, yaitu kinerja, daya tahan, fitur, *reliability*, konsistensi, dan desain. Dari kedua teori di atas, maka terdapat empat dimensi kualitas produk yang sama, yaitu :

1. Kinerja (*performance*)  
Kinerja produk adalah karakteristik operasi dasar dari suatu produk (Tjiptono, 2008:68).
2. Fitur (*features*)

Fitur merupakan karakteristik pelengkap khusus yang dapat menambah pengalaman pemakaian produk (Tjiptono, 2008:68).

3. Keandalan (*reliability*)

Keandalan menunjukkan probabilitas terjadinya kegagalan atau kerusakan produk dalam periode waktu tertentu (Tjiptono, 2008:68).

4. Daya tahan (*durability*)

Daya tahan produk adalah jumlah pemakaian produk sebelum produk bersangkutan harus diganti.

### **Hubungan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan**

Menurut Tjiptono (2008:69) menyebutkan bahwa kualitas produk yang dirasakan pelanggan akan menentukan persepsi pelanggan terhadap kinerja, yang pada gilirannya akan berdampak pada kepuasan pelanggan.

### **Hubungan antara Kepuasan dengan Loyalitas Pelanggan**

Menurut Tjiptono (2008:41) bahwa salah satu manfaat spesifik kepuasan pelanggan bagi perusahaan adalah dampak positif pada loyalitas pelanggan.

## **METODELOGI**

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Obyek penelitian yang dipilih dalam penyusunan proposal penelitian ini adalah PT. Arina Parama Jaya (Arina Motor) di Jalan Raya Veteran Km. 1 Gresik. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang membeli di PT. Arina Parama Jaya (Arina Motor) dan menggunakan mobil Toyota Agya selama minimal satu bulan.

Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini menggunakan dua tahap, yaitu tahap penentuan pelanggan Toyota Agya dengan menggunakan teknik *sampling purposive* dan tahap penyebaran kuesioner dengan menggunakan teknik *sampling incidental*. Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 50 responden dan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan PT. Arina Parama Jaya (Arina Motor), dengan memenuhi kriteria yang telah ditentukan, adapun kriteria tersebut sebagai berikut:

1. Merupakan pelanggan yang membeli Toyota Agya di PT. Arina Parama Jaya.
2. Telah menggunakan mobil Toyota Agya selama minimal satu bulan.

### Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini memiliki empat variabel eksogen yaitu kinerja (X1), fitur (X2), kehandalan (X3), dan daya tahan (X4), variabel intervening yaitu kepuasan (Y) dan variabel endogen yaitu loyalitas pelanggan (Z). Pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Kriteria pengukurannya adalah sebagai berikut:

Sangat setuju	: di beri skor 5
Setuju	: di beri skor 4
Netral	: di beri skor 3
tidak setuju	: di beri skor 2
Sangat tidak setuju	: di beri skor 1

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (correlated item-total correlation) dengan nilai r tabel. Jika r hitung > r tabel dan nilai positif maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2005; 45).

### Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.60 (Nunnally, 1967 dalam Ghozali 2005).

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi menguji apakah model regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Untuk mendiagnosis ada atau tidaknya autokorelasi dalam suatu model regresi dapat dilakukan dengan cara melakukan pengujian terhadap nilai Uji Durbin-Watson (Uji DW).

#### Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Metode pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melihat pola grafik yaitu melihat pola titik-titik pada *scatter plots* regresi.

#### Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance value* dan *value inflation (VIF)*. Apabila nilai *tolerance value* < 0,10 dan *VIF* > 10, maka terjadi multikolonieritas. Jika nilai *tolerance value* > 0,10 dan *VIF* < 10 maka tidak terjadi multikolonieritas.

#### Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pada prinsipnya, normalitas data dapat diketahui dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik atau histogram dari residualnya.

#### Teknik Analisis Data

Analisis jalur merupakan perluasan dari regresi linier berganda dan yang memungkinkan analisis model-model yang lebih kompleks (Streiner dalam Sarwono, 2012:17). Metode analisis jalur dalam penelitian ini menggunakan persamaan :

$$Y = \rho_{yx}X1 + \rho_{yx}X2 + \rho_{yx}X3 + \rho_{yx}X4 + e1$$

(sebagai persamaan struktural 1)

$$Z = \rho_{zy}Y + e2 \text{ (sebagai persamaan struktural 2)}$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Pelanggan

Z : Loyalitas Pelanggan

X1 : Kinerja

X2 : Fitur

X3 : Kehandalan

X4 : Daya tahan

$\rho$  : Koefisien Regresi

$e$  : error

### **Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)**

Uji Statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2005; 84).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Validitas**

Seluruh item kuisioner dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh semua item pernyataan menunjukkan  $r$  hasil  $>$   $r$  tabel (0,279), dengan demikian ke-15 item tersebut dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

### **Uji Reliabilitas**

Pengukuran reliabilitas menunjukkan bahwa Cronbach Alpha  $>$  0.60 maka kuisioner yang merupakan indikator dari variabel penelitian dianggap reliabel atau handal dalam melakukan fungsinya sebagai alat ukur.

### **Analisis Pengujian Asumsi Klasik**

#### **Autokorelasi**

Nilai *Durbin-Watson* (DW) yang dihasilkan dari persamaan struktural pertama adalah 2,200. Sedangkan nilai DW yang dihasilkan dari persamaan struktural kedua adalah 1.793. Maka dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi pada model regresi. Hal dikarenakan nilai *Durbin-Watson* (DW) terletak diantara batas atas (du) dan (4-du) yang berarti koefisien autokorelasi sama dengan nol.

#### **Uji Heteroskedastisitas**

Diketahui bahwa tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, dan tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi tersebut.

#### **Multikolinieritas**

Dapat diketahui bahwa nilai tolerance dari ke tiga variabel independen lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi masalah multikolinieritas.

#### **Uji Normalitas**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa titik-titik berada tidak jauh dari garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model regresi tersebut sudah berdistribusi normal.

### **Analisis Jalur**

Berdasarkan hasil analisa maka dapat disusun persamaan struktural sebagai berikut:

Persamaan struktural 1

$$Y = 0,623 X_1 + 0,164 X_2 + 0,166 X_3 + 0,132 X_4 + e_1$$

Maka persamaan struktural tersebut memberikan informasi sebagai berikut:

Jika koefisien regresi sebesar 0,623 menyatakan bahwa jika kinerja berubah satu satuan maka kepuasan juga akan berubah 0,623 satuan, jika koefisien regresi sebesar 0,164 menyatakan bahwa jika fitur berubah satu satuan maka kepuasan juga akan berubah 0,164 satuan, jika koefisien regresi sebesar 0,166 menyatakan bahwa jika kehandalan berubah satu satuan maka kepuasan juga akan berubah 0,166 satuan, dan jika koefisien regresi sebesar 0,132 menyatakan bahwa jika daya tahan berubah satu satuan maka kepuasan juga akan berubah 0,132 satuan.

Persamaan struktural 2

$$Z = 0,511 Y + e_2$$

Maka persamaan struktural tersebut memberikan informasi sebagai berikut:

Jika koefisien regresi sebesar 0,511 menyatakan bahwa jika kinerja berubah satu satuan maka loyalitas juga akan berubah 0,511 satuan.

### **Menghitung pengaruh langsung**

1. Pengaruh variabel kinerja ( $X_1$ ) terhadap kepuasan ( $Y$ ) diperoleh nilai sebesar 0,623. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kinerja mempunyai pengaruh langsung sebesar 0,623 terhadap variabel kepuasan.
2. Pengaruh variabel fitur ( $X_2$ ) terhadap kepuasan ( $Y$ ) diperoleh nilai sebesar 0,164. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel fitur mempunyai pengaruh langsung sebesar 0,164 terhadap variabel kepuasan.
3. Pengaruh variabel kehandalan ( $X_3$ ) terhadap kepuasan ( $Y$ ) diperoleh nilai sebesar 0,166. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel

kehandalan mempunyai pengaruh langsung sebesar 0,166 terhadap variabel kepuasan.

4. Pengaruh variabel daya tahan (X4) terhadap kepuasan (Y) diperoleh nilai sebesar 0,132. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel daya tahan mempunyai pengaruh langsung sebesar 0,132 terhadap variabel kepuasan.
5. Pengaruh variabel kepuasan (Y) terhadap loyalitas (Z) diperoleh nilai sebesar 0,511. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kepuasan mempunyai pengaruh langsung sebesar 0,511 terhadap variabel loyalitas.

#### **Menghitung pengaruh tidak langsung**

1. Pengaruh tidak langsung variabel kinerja (X1) terhadap loyalitas (Z) melalui kepuasan (Y) diperoleh nilai sebesar 0,318535. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kinerja mempunyai pengaruh tidak langsung sebesar 0,318535 terhadap variabel loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening.
2. Pengaruh tidak langsung variabel fitur (X2) terhadap loyalitas (Z) melalui kepuasan (Y) diperoleh nilai sebesar 0,083804. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel fitur mempunyai pengaruh tidak langsung sebesar 0,083804 terhadap variabel loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening.
3. Pengaruh tidak langsung variabel kehandalan (X3) terhadap loyalitas (Z) melalui kepuasan (Y) diperoleh nilai sebesar 0,084826. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kehandalan mempunyai pengaruh tidak langsung sebesar 0,084826 terhadap variabel loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening.
4. Pengaruh tidak langsung variabel daya tahan (X4) terhadap loyalitas (Z) melalui kepuasan (Y) diperoleh nilai sebesar 0,067452. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel daya tahan mempunyai pengaruh tidak langsung sebesar 0,067452 terhadap variabel loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening.

#### **Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)**

##### **1. Variabel X<sub>1</sub> Kinerja**

Berdasarkan perhitungan diperoleh angka t hitung  $13,565 > t$  tabel 2,0106 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel yang berarti variabel kinerja berpengaruh terhadap kepuasan.

##### **2. Variabel X<sub>2</sub> Fitur**

Berdasarkan perhitungan diperoleh angka t hitung  $4,151 > t$  tabel 2,0106 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel yang berarti variabel fitur berpengaruh terhadap kepuasan.

##### **3. Variabel X<sub>3</sub> Kehandalan**

Berdasarkan perhitungan diperoleh angka t hitung  $4,5535 > t$  tabel 2,0106 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel yang berarti variabel kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan.

##### **4. Variabel X<sub>4</sub> Daya Tahan**

Berdasarkan perhitungan diperoleh angka t hitung  $2,403 > t$  tabel 2,0106 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel yang berarti variabel daya tahan berpengaruh terhadap kepuasan.

##### **5. Variabel Y Kepuasan**

Berdasarkan perhitungan diperoleh angka t hitung  $4,116 > t$  tabel 2,0106 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel yang berarti variabel kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas.

#### **Pembahasan**

##### **1. Kinerja Berpengaruh Terhadap Kepuasan**

Hasil penelitian menjelaskan bahwa kinerja (X1) berpengaruh terhadap kepuasan (Y) pada pelanggan LCGC Toyota Agya. Hal tersebut juga di perkuat dengan adanya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wine Pramestiningrum (2012) yang menyatakan variabel kinerja, daya tahan, pelayanan dan estetika berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

##### **2. Fitur Berpengaruh Terhadap Kepuasan**

Hasil penelitian menjelaskan bahwa fitur (X2) berpengaruh terhadap kepuasan (Y) pada pelanggan LCGC Toyota Agya. Menurut Durianto, dkk fitur dapat dikatakan sebagai aspek sekunder, karena perkembangan fitur hampir tidak terbatas jalannya dengan perkembangan teknologi, maka fitur menjadi target inovasi para produsen untuk memuaskan pelanggan.

##### **3. Kehandalan Berpengaruh Terhadap Kepuasan**

Hasil penelitian menjelaskan bahwa kehandalan (X3) berpengaruh terhadap kepuasan (Y) pada pelanggan LCGC Toyota Agya. Hal tersebut juga diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu

yang dilakukan oleh Akhmad Heri Hendarto (2009) yang menyatakan Faktor *Product Quality* yang terdiri dari Performance (X1), Range and type of feature (X2), Reability and durability (X3), Maintainability and serviceability (X4), Sensory characteristics (X5), Ethical profile and image (X6) berpengaruh *positif* terhadap Faktor *Customer Satisfaction*.

#### **4. Daya Tahan Berpengaruh Terhadap Kepuasan**

Hasil penelitian menjelaskan bahwa daya tahan (X4) berpengaruh terhadap kepuasan (Y) pada pelanggan LCGC Toyota Agya. Hal tersebut juga diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Akhmad Heri Hendarto (2009) yang menyatakan Faktor *Product Quality* yang terdiri dari Performance (X1), Range and type of feature (X2), Reability and durability (X3), Maintainability and serviceability (X4), Sensory characteristics (X5), Ethical profile and image (X6) berpengaruh *positif* terhadap Faktor *Customer Satisfaction*.

#### **5. Kepuasan Berpengaruh Terhadap Loyalitas**

Hasil penelitian menjelaskan bahwa kepuasan (Y) berpengaruh terhadap loyalitas (Z) pada pelanggan LCGC Toyota Agya. Hal tersebut juga diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Akhmad Heri Hendarto (2009) yang menyatakan faktor *Customer Satisfaction* berpengaruh *positif* terhadap faktor *Customer Loyalty*.

#### **Simpulan**

Setelah dilakukan pengujian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel kinerja mempunyai pengaruh langsung terhadap kepuasan pada Toyota Agya di PT. Arina Parama Jaya.
2. Variabel fitur mempunyai pengaruh langsung terhadap kepuasan pada Toyota Agya di PT. Arina Parama Jaya.
3. Variabel kehandalan mempunyai pengaruh langsung terhadap kepuasan pada Toyota Agya di PT. Arina Parama Jaya.
4. Variabel daya tahan mempunyai pengaruh langsung terhadap kepuasan pada Toyota Agya di PT. Arina Parama Jaya.
5. Variabel kepuasan mempunyai pengaruh langsung terhadap loyalitas pada Toyota Agya di PT. Arina Parama Jaya.
6. Variabel kinerja mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pada Toyota Agya di PT. Arina Parama Jaya melalui kepuasan sebagai variabel intervening.
7. Variabel fitur mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pada Toyota Agya di PT. Arina Parama Jaya melalui kepuasan sebagai variabel intervening.
8. Variabel kehandalan mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pada Toyota Agya di PT. Arina Parama Jaya melalui kepuasan sebagai variabel intervening.
9. Variabel daya tahan mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pada Toyota Agya di PT. Arina Parama Jaya melalui kepuasan sebagai variabel intervening.

#### **SARAN DAN REKOMENDASI**

1. Kinerja yang dimiliki mobil Toyota Agya harus dipertahankan dan ditingkatkan dengan meningkatkan kemampuan mesin khusus LCGC dan kenyamanan (ruang kabin yang luas, jok yang empuk) agar pelanggan tidak berpindah ke produk lainnya yang sejenis. Sehingga pelanggan akan puas dan dapat terciptanya loyalitas pelanggan.
2. Fitur yang dimiliki mobil Toyota Agya perlu ditingkatkan dengan menambah kelengkapan standar keselamatan (SRS airbag, sabuk pengaman untuk semua penumpang), fitur hiburan (audio mampu memutar berbagai media seperti CD/MP3/USB/AUX) dan kapasitas bagasi yang luas, selain itu produsen dapat menambah fitur lain seperti *power window*, *spionelektrik*, *power steering*, *central lock*, dan *Eco-driving* agar pelanggan tidak berpindah ke produk lainnya. Sehingga pelanggan akan puas dan dapat terciptanya kesetiaan pelanggan.
3. Kehandalan yang dimiliki Toyota Agya perlu ditingkatkan lagi dengan meningkatkan kinerja Horse Power mesin mobil agar mesin mobil lebih tangguh, dan stabil saat mobil Toyota Agya melintas di area tanjakan dan

4. Daya tahan yang dimiliki Toyota Agya sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan (memiliki umur ekonomis yang lama), dan lebih baik daya tahan mesin tersebut dapat dipertahankan agar pelanggan tidak berpindah ke produk produk lainnya yang sejenis. Sehingga pelanggan akan puas dan dapat terciptanya kesetiaan pelanggan.
5. Produsen harus terus meningkatkan mutu dalam hal kualitas produk dengan memberikan fitur yang diharapkan oleh masyarakat dan kualitas yang baik secara menyeluruh agar dapat tercipta kepuasan dibenak masyarakat, karena dengan terbentuknya kepuasan dapat membentuk loyalitas pelanggan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Budiman Arif, 2006, “**Studi Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus di PT. Badranaya Putra, Bandung)**”, IPB Bogor. <http://www.repository.ipb.ac.id/2013/12/20>
- Durianto D, dkk, 2004, *Model Matriks Konsumen Untuk Menciptakan Superior Customer Value*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Gaikindo, 2014, “**1.229.903 Mobil Terjual Selama 2013**”. <http://autos.okezone.com/2014/05/21>
- Gaikindo, 2014, “**Angka Wholesale Mobil Terus Tumbuh**”. <http://otomotif.bisnis.com/2014/05/21>
- Gaikindo, 2014, “**Mau Beli Mobil Murah, Ini Daftar Terlarisnya**”. <http://us.otomotif.news.viva.co.id/2014/05/19>
- Ghozali Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS, Edisi Tiga*, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Griffin Jill, 2005, *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Hendarto Heri Akhmad, 2009, “**Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Ponsel Nokia di WTC Surabaya**”, UPN Veteran Jawa Timur. <http://eprints.upnjatim.ac.id/2014/08/02>
- Irawan Handi, 2002, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Penerbit PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Kotler P Dan Keller K, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, R., 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Nurhayati Risky, 2011, “**Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (studi pada mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2009 pengguna Handphone Merek Nokia)**”, UPN Veteran Yogyakarta.
- PT. Arina Parama Jaya, 2014, Gresik
- Rahayu Suci, 2013, “**Aplikasi Metode Trimming Pada Analisis Jalur Dalam Penentuan Model Kausal Loyalitas Pelanggan Toserba “X”**”, UPI. <http://repository.upi.edu/2013/08/18>
- Sarwono Jonathan, 2007, *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Simamora Bilson, 2001, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono F, dkk, 2008, *Pemasaran Strategik*, Penerbit Andi, Yogyakarta.

