

**ANALISA PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO
(SURVEI DATA PENGGUNA SEPEDA MOTOR YAMAHA
MIO DI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA)**

***ANALYZE THE IMPACT OF PRODUCT QUALITY FOR THE
YAMAHA MIO CUSTOMERS LOYALTY (DATA SURVEY FOR
YAMAHA MIO MOTORCYCLE USERS IN THE STATE
UNIVERSITY OF JAKARTA)***

**YADHI ADHITYA
8223097590**



**Karya Ilmiah ini Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
JAKARTA
2012**

ABSTRAK

YADHI ADHITYA. 2009. 8223097590. “Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Yamaha Mio (Survei Data Pengguna Sepeda Motor Yamaha Mio di Universitas Negeri Jakarta)”. Program Studi DIII Pemasaran, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisa pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Yamaha Mio (survei data pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Universitas Negeri Jakarta). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan pengumpulan data melalui studi pustaka, dan wawancara pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Universitas Negeri Jakarta.

Dari hasil penulisan dapat diketahui bahwa kualitas produk sering kali menjadi bahan pertimbangan khusus bagi konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk yang dibutuhkan. Konsumen lebih memilih alat transportasi sepeda motor yang praktis, nyaman, lincah dan ramah lingkungan sebagai salah satu alternatif untuk mengatasi keterbatasan waktu. Konsumen akan merasa puas kalau harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira kalau harapan mereka terlampaui. Konsumen yang puas cenderung tetap loyal lebih lama, membeli lebih banyak, kurang peka terhadap perubahan harga dan pembicaraannya menguntungkan perusahaan.

Kata Kunci : Kualitas produk, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

YADHI ADHITYA. 2009. 8223097590. **Analyze The Impact of Product Quality For The Yamaha Mio Customer Loyalty (Data Survey For Yamaha Mio Motorcycle Users In The State University of Jakarta).**
Program Studi D III Manajemen Pemasaran. Jurusan Manajemen.
Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

This scientific work aims to find out how to analyze the impact of product quality for the Yamaha Mio customer loyalty (data survey for Yamaha Mio motorcycle users in the State University of Jakarta). The method in this research is descriptive analysis by collecting data from library and interviewing Yamaha Mio motorcycle users in the State University of Jakarta.

From the result research, known that product quality often as a special consideration for the consumer before deciding to buy the product needed. Consumer prefer to choose the practice, comfort, energetic and atmosphere friendly transportation as one alternate to overcome the time limit. Consumer will be satisfied if their hopes are filled and feel very happy when their expectation is gone one over. The satisfy consumer disposed to keep the loyalty longer, purchase more, not sensitive about the price changes and the discussion will give benefit to the company.

Key word : Product Quality, Loyalty Customer.

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN

Pembimbing,

Tanda Tangan

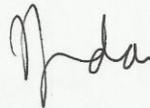
Tanggal



Agung Kresnamurti R.P.,ST.,MM
NIP. 19740416 200604 1 001

Ketua Jurusan Manajemen

Jakarta, Juli 2012
Ketua Program Studi
DIII Manajemen Pemasaran



Agung Wahyu Handaru, ST.,MM
NIP. 19781127 200604 1 00 1



Agung Kresnamurti R.P.,ST.,MM
NIP. 19740416 200604 1 001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah S.W.T, karena berkat rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah untuk memenuhi syarat kelulusan bagi Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari dalam penyusunan Karya Ilmiah ini semata-mata bukan hanya dari kerja keras Penulis sendiri, dukungan dari berbagai pihak khususnya dari para pembimbing yang telah membantu dalam penyelesaian Karya Ilmiah ini. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Agung Kresnamurti RP, ST., MM. selaku Pembimbing sekaligus selaku Ketua Program Studi DIII Manajemen Pemasaran.
2. Ibu Dra. Hj. Nurahma Hajat, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Bapak Agung Wahyu Handaru, ST., MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan banyak kebijakan bagi penulis.
4. Kedua orang tua yang telah memberikan nasihat, bimbingan, dukungan, serta doanya kepada penulis.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan dan nasihat yang membangun kepada penulis.
6. Teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan, doa dan nasihat kepada penulis.

Penulis berharap Karya Ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi para mahasiswa UNJ yang kelak akan menyusun Karya Ilmiah serupa. Meskipun Penulis menyadari Karya Ilmiah ini masih jauh dari sempurna, sehingga Penulis berharap mendapatkan koreksi dari semua pihak. Demikian semoga Karya Ilmiah ini dapat bermanfaat terutama untuk penulis sendiri dan bagi pembaca pada umumnya. Terima Kasih.

Jakarta, 30 Juli 2012

Penulis