

## ABSTRAK

AGA WIBAWA JAYA. *"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Suku Cadang dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada FB. Auto Clinic Tangerang"* (Dibimbing oleh Tumari Jatileksono)

FB. Auto Clinic adalah sebuah perusahaan bergerak bidang jasa perbengkelan mobil. Berbagai macam jenis service kendaraan yang dilakukan dalam satu atap dan pada waktu yang bersamaan, sesuai dengan slogannya "One Stop Service". FB. Auto Clinic beralamat di Jl. KH. Hasyim Ashari No. 44 Cipondoh Tangerang, dengan luas area 4.800 m<sup>2</sup> dan daya tampung maksimal 50 Kendaraan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas suku carang dan persepsi harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di FB. Auto Clinic Tangerang, dan mengetahui tingkat pentingnya variable dari kualitas pelayanan, kualitas suku carang dan persepsi harga yang paling berpengaruh dominan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda untuk mengukur seberapa besar pengaruh variable kualitas pelayanan, kualitas suku carang dan persepsi harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Untuk persamaan satu menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan dan kualitas suku cadang terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan persepsi harga tidak berpengaruh. Untuk persamaan kedua juga menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan dan kualitas suku cadang, sedangkan persepsi harga kembali tidak signifikan.

Hasil penelitian dapat menjadi gambaran bagi perusahaan untuk lebih berbenah diri agar dapat terus bersaing dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang optimal, namun juga dengan memperhatikan kualitas suku cadang serta kelengkapannya agar dapat terus meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Suku Cadang, Persepsi Harga, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.

## ***ABSTRACT***

AGA WIBAWA JAYA. "*Effect of Quality Service, Quality Parts and Price Perception Of Satisfaction and Customer Loyalty on FB. Auto Clinic Tangerang* " (Guided by Tumari Jatileksono)

FB. Auto Clinic is a company engaged in services automobile workshop. Different types of service vehicles carried under one roof and at the same time, in accordance with the slogan "One Stop Service". FB. Auto Clinic is located at Jl. KH. No. Hashim Ashari. 44 Cipondoh Tangerang, with an area of 4800 m<sup>2</sup> and a maximum capacity of 50 vehicles.

This study aimed to determine the effect of service quality, and perceived quality spare tendril price on satisfaction and customer loyalty in FB. Auto Clinic Tangerang, and know the level of importance of the variables of service quality, and perceived quality spare tendril the most dominant influence customer satisfaction and loyalty. The analysis used in this study is multiple regression analysis to measure how much influence the variable quality of service, quality and perception tendril interest rates on customer satisfaction and loyalty.

For equation one shows number significant effect of the quality of service and quality spare parts. While there was no effect on the perception of price. For the second equation also showed a significant effect of the quality of service for and quality spare parts, while the perception of price is not significant.

The results can be a metaphor for the company to further improve itself in order to continue to compete by improving kulaitas optimum service, but also with respect to the quality and completeness of spare parts in order to continuously improve customer satisfaction and loyalty.

*Keywords: of Quality Service, Quality Parts, Price Perception, Satisfaction and Customer Loyalty.*