

**MEMBANGUN KEPUASAN KONSUMEN PRODUK TOYOTA KIJANG**

**INNOVA DI NASMOCO CABANG KALIGAWA SEMARANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen**



**Disusun Oleh :**

**Indra Prasti Adi Wijaya**

**NIM : 30401310820**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG**

**SEMARANG**

**2017**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**MEMBANGUN KEPUASAN KONSUMEN PRODUK TOYOTA KIJANG INNOVA  
DI NASMOCO CABANG KALIGAWA SEMARANG**

Disusun Oleh :

Indra Prasti Adi Wijaya

Nim : 30401310820

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan ke hadapan sidang panitia  
ujian usulan penelitian Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 16 Juni 2017



Dr. H. Asyhari, SE, MM

**MEMBANGUN KEPUASAN KONSUMEN PRODUK TOYOTA KIJANG INNOVA  
DI NASMOCO CABANG KALIGAWA SEMARANG**

Disusun Oleh:

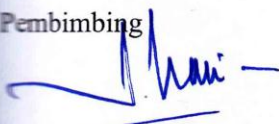
Indra Prasti Adi Wijaya

30401310820


Telah dipertahankan didepan penguji  
Pada tanggal 16 Juni 2017

**Susunan Dewan Penguji**

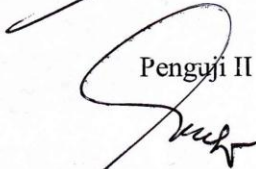
Pembimbing

  
Dr. H. Asyhari, S.E, M.Si

Penguji I

  
Ken Sudarti, SE, MSi

Penguji II

  
Drs. Mulyana, Msi

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Tanggal 16 Juni 2017



Dr. Hendar, SE, MSi  
Ketua Program Studi Manajemen

**MEMBANGUN KEPUASAN KONSUMEN PRODUK TOYOTA KIJANG  
INNOVA DI NASMOCO CABANG KALIGAWA SEMARANG**

Disusun Oleh:

Indra Prasti Adi Wijaya

30401310820

Telah dipertahankan didepan penguji  
Pada tanggal 16 Juni 2017

**Susunan Dewan Penguji**

Pembimbing

Penguji I

Dr. H. Asyhari,S.E, M.Si

Ken Sudarti, SE, MSi

Penguji II

Drs. Mulyana, Msi

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Tanggal 16 Juni 2017

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indra Prasti Adi Wijaya  
NIM : 30401310820

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **“MEMBANGUN KEPUASAN KONSUMEN PRODUK TOYOTA KIJANG INNOVA DI NASMOCO CABANG KALIGAWA SEMARANG”** dan diajukan untuk diuji pada tanggal 16 Juni 2017, adalah hasil karya saya.

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik skripsi yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah-olah tulisan saya sendiri. Saya juga bersedia bila gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas dibatalkan.

Semarang, 16 Juni 2017

Dosen pembimbing

Yang Memberi Pernyataan,



Dr. H. Asyhari, S.E., M.Si



Indra Prasti Adi Wijaya

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indra Prasti Adi Wijaya  
NIM : 30401310820

Menyatakan bahwa Artikel Ilmiah dengan judul : **“MEMBANGUN KEPUASAN KONSUMEN PRODUK TOYOTA KIJANG INNOVA DI NASMOCO CABANG KALIGAWE SEMARANG”** dan diajukan untuk diuji pada tanggal 16 Juni 2017, adalah hasil karya saya.

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik skripsi yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah-olah tulisan saya sendiri. Saya juga bersedia bila gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas dibatalkan.

Semarang, 16 Juni 2017

Dosen pembimbing

Yang Memberi Pernyataan,

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui. (Q.S Al-Baqarah 216)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. (Q.S Al-Insyirah 6-7)

Kupersembahkan kepada :

Ibuku tercinta dan tersayang yang tiada hentinya berdoa untukku.

Bapakku yang selalu menseport aku, kakaku dan adikku dan keluarga besaku.

Almamaterku

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor kepuasan pelanggan toyota kijang innova melalui keputusan pembelian. Dimana toyota kijang innova merupakan kendaraan yang dikhususkan untuk pasar menengah keatas sehingga dalam hal ini prestise, *word of mouth*, dan *relationship marketing* merupakan hal yang utama dalam mencapai kepuasan pelanggan

Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna toyota kijang innova yang melakukan pembelian dan menggunakan jasa *service* di toyota nasmoco kaligawe semarang, dimana sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner dengan alat path analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari pengujian hipotesis pengaruh tidak langsung dari variabel prestise terhadap iklan memperoleh hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung adalah 3,753 yang berarti bahwa nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu  $3,753 > 1,661$ . Ataupun nilai pengaruh langsung *relationship marketing* sebesar 0,148 lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung sebesar 0,153 ( $0,322 \times 0,478$ ). Dengan demikian keputusan pembelian merupakan variabel intervening di antara pengaruh *relationship marketing* terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci : Prestise ,*word of mouth* (komunikasi dari mulut ke mulut) , *Relationship Marketing* (Pemasaran Relasional), Keputusan Pembelian, Kepuasan Pelanggan.**