

## ABSTRAK

### PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SHOWROOM SURABAYA OTO SELLER

Penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Showroom *Surabaya Oto Seller*” bertujuan untuk mengetahui pengaruh *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen showroom *Surabaya Oto Seller*. *Surabaya Oto Seller* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang otomotif khususnya penjualan mobil bekas. Hipotesis dalam penelitian ini adalah *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen showroom *Surabaya Oto Seller*.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif, dengan menggunakan teknik pengambilan sample *non probability sampling*. Sampelnya adalah konsumen yang mengunjungi showroom *Surabaya Oto Seller* yang berjumlah 41 orang. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah dengan menggunakan kuesioner, dan teknik analisis data menggunakan analisa regresi linier berganda.

Dari hasil penelitian, kesimpulan yang didapat adalah bahwa *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan hanya *empathy* yang berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Pengaruh, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

## ABSTRACT

### THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY TOWARDS CONSUMER SATISFACTION AT SURABAYA OTO SELLER

The research titled “The Influence of Service Quality towards Consumer Satisfaction at *Surabaya Oto Seller* Showroom” aims to understand the influence of tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy towards consumer satisfaction at *Surabaya Oto Seller* showroom. *Surabaya Oto Seller* is a company working in automotive field, mainly in selling used cars. The hypothesis of this research is tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy influence the consumer satisfaction at *Surabaya Oto Seller* showroom, both simultaneously and partially.

The type of this research is descriptive, using non probability sampling. The samples of this research were 41 consumers who visited *Surabaya Oto Seller* showroom. The writer distributed questionnaires to his samples in order to gather the data. Furthermore, the writer applied double linear regression analysis as his data analysis technique.

From this research finding, it can be concluded that tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy simultaneously influence consumer satisfaction. It is only empathy, however, that a partial influence towards consumer satisfaction.

Key Words: Influence, service quality, consumer satisfaction