

PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HONDA JAZZ DI KOTA PADANG

Andre Ismal, Zeshasina Rosha, Ice Kamela

Sari

INTISARI

Salah satu industri yang berkembang pesat yaitu industri otomotif, Kompetisi antar perusahaan saat ini sangat ketat, sehingga manajemen perusahaan berupaya untuk selalu memberikan pelayanan terbaik dengan orientasi penciptaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Indonesia memiliki perkembangan yang cukup menakjubkan pada dunia otomotif. (Broto dan Wenas, 2016).

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh strategi diferensiasi, kualitas produk, dan citra merek, terhadap kepuasan konsumen Honda Jazz di Kota Padang. Teori dalam penelitian ini adalah tentang kepuasan konsumen, strategi diferensiasi, kualitas produk, dan citra merek. Kepuasan (satisfaction) merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler & Keller, 2009). Strategi diferensiasi adalah serangkaian tindakan integratif yang dirancang untuk memproduksi dan menawarkan barang atau jasa yang di anggap oleh pelanggan berbeda dalam hal-hal yang penting dan unik bagi mereka (Feldman & Griffin, 2008). Menurut Swastha (2007) kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya. citra merek adalah persepsi tentang merek yang digambarkan oleh asosiasi merek yang ada dalam ingatan konsumen (Rangkuti, 2008).

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang memiliki dan memakai Honda Jazz di Kota Padang. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 80 orang. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Metode analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Honda Jazz di Kota Padang. Sedangkan strategi diferensiasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Honda Jazz di Kota Padang. Begitu juga dengan citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Honda Jazz di Kota Padang.

Disarankan dalam penelitian ini kepada PT. Honda untuk selalu melakukan diferensiasi terhadap produknya, meningkatkan kualitas dari produknya dan memperhatikan desain produk Honda Jazz agar dapat meningkatkan pembelian dan kepuasan terhadap konsumen.

Kata Kunci : Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk, Citra Merek dan Kepuasan Konsumen.