

**PENGARUH *CUSTOMER CARE* TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PRODUK MOBIL HONDA BRIO SATYA
DI HONDA MITRA LENTENG AGUNG.**

HERTINA ERLIANTI

Abstrak

Latar Belakang penelitian ini mengenai persaingan mobil murah ramah lingkungan (*Low Cost Green Car/LCGC*), *customer care* bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada produk mobil Honda Brio Satya agar target penjualan yang diharapkan tercapai. Rumusan Masalah Penelitian ini adalah seberapa kuat pengaruh *customer care* terhadap kepuasan pelanggan pada produk mobil Honda Brio Satya di Honda Mitra Lenteng Agung. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh *customer care* terhadap kepuasan pelanggan pada produk mobil Honda Brio Satya. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *customer care* dan kepuasan pelanggan. Metodologi penelitian dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan analisis deskriptif. Penelitian ini mempunyai populasi sebanyak 33 responden dengan sampel yang menggunakan keseluruhan populasi yang sudah ditentukan peneliti. Teknik Penarikan Sampel yang digunakan yaitu *stratified random sampling*. Hasil Penelitian diperoleh uji korelasi sebesar 0,820 yang berarti mempunyai hubungan yang sangat kuat, uji regresi diketahui bahwa $Y = 12,466 + 0.695X$ yang menyatakan mempunyai pengaruh yang signifikan dan koefisien determinasi besarnya 67% sedangkan t hitung 14,818 > t tabel 1,307774 yang berarti terdapat pengaruh *customer care* terhadap kepuasan pelanggan pada produk mobil Honda Brio Satya. Kesimpulan dari penelitian ini dengan taraf signifikan 5% diperoleh t hitung 14,818 > t tabel 1,307774. Sehingga terlihat bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa ada Pengaruh *Customer Care* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Mobil Honda Brio Satya di Hoda Mitra Lenteng Agung. Saran, hendaklah Honda Mitra Lenteng Agung dalam menghadapi persaingan tetap selalu menggunakan *customer care* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dimasa mendatang dpaat mengungguli persaingan pemasaran produk mobil.

Kata Kunci : *Customer Care*, Kepuasan Pelanggan.

THE INFLUENCE OF CUSTOMER CARE TO CUSTOMER SATISFACTION TO THE CAR HONDA BRIO SATYA IN HONDA MITRA LENTENG AGUNG

HERTINA ERLIANTI

Abstract

Background research this is about competition cheap car environmentally friendly (Low Cost of Green Car / LCGC), customer care aims to increase customer satisfaction of the honda car brio satya to reach the target the sale of which is expected to be achieved. Synthesis a problem of this study is how strong the influence of customer care against customer satisfaction of the honda car brio satya in honda lenteng agung partner. The purpose of this research is to know how strong the influence of customer care against customer satisfaction of the honda car brio satya. A theory that used in this research was customer care and customer satisfaction. Research methodology in this research was research methodology quantitative with descriptive analysis. This research has a population as much as 33 respondents selected from that uses a whole a population that it has been decided researchers. The results of the study obtained the correlation of 0,820 that means it has a very strong, test regression be seen that $y = 12,466 + 0.695x$ stating have an significant and coefficients determination the size of the 67 % and t count 14,818 > t table 1,307774 which means is the customer care to customer satisfaction to the car honda brio satya. The conclusion of the research by the economic situation of significant 5 % obtained t count 14,818 > t table 1,307774. That look that H_0 were rejected and H_a accepted, it means that there is the influence of customer care to customer satisfaction to the car honda brio satya in honda partner lenteng agung. Advice, let honda partner lenteng agung in the face of competition to keep it always use customer care to increase customer satisfaction so that in future dpaat to surpass in a rivalry product marketing car .

Key Words : Customer Care, Customer Satisfaction