


**PERSEPSI DAN HARAPAN KUALITAS PRODUK MOBIL TOYOTA
SIENTA MENURUT KONSUMEN PADA PT NASMOCO BAHANA
MOTOR BANTUL**

Bagas Dikka Achmad Farokhi

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis (1) Bagaimana kualitas produk dalam enam indikator (kinerja, fitur, keandalan, keawetan, kesesuaian, desain). (2) *Gap*/kesenjangan antara persepsi dan harapan konsumen. (3) Menganalisis usulan prioritas tindakan berdasarkan indikator kualitas produk yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk Toyota Sienta pada PT. Nasmoco Bahana Motor Bantul. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan total sampel sebanyak 41 konsumen. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menyebarkan data kuesioner kepada konsumen yang membeli Toyota Sienta di PT. Nasmoco Bantul. Analisis yang digunakan adalah analisis *Gap* dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Analisis *Gap* pada kualitas produk terdapat kesenjangan antara persepsi dengan harapan yang terjadi pada semua indikator. Secara keseluruhan harapan kualitas melebihi persepsi dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $13,101 > 2,200$. (2) Tingkat kesesuaian dari hasil perbandingan skor harapan dan skor persepsi menunjukkan nilai tingkat kesesuaian kurang dari 100% yang berarti kualitas tidak memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggan atau kualitas belum memuaskan. (3) Skala kualitas yang dibagi menjadi kuadran dalam diagram kartesius menunjukkan perusahaan harus memprioritaskan atribut dalam indikator yang masuk pada kuadran I, yaitu fitur yang memberikan kenyamanan dan kemudahan, mesin yang kuat untuk menanjak, kualitas *interior* dan *eksterior* yang kokoh.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Harapan, Persepsi, analisis Gap dan Importance Performance Analysis (IPA)*

 29/6/21

**PERCEPTION AND QUALITY EXPECTATIONS OF TOYOTA SIENTA CAR
PRODUCTS BY CONSUMERS AT PT NASMOCO BAHANA MOTOR
BANTUL**

Bagas Dikka Achmad Farokhi

Abstract

This study aims to determine and analyze (1) How is the product quality in six indicators (performance, features, reliability, durability, suitability, design). (2) Gap/ gap between consumer perceptions and expectations. (3) Analyze the priority action proposals based on product quality indicators that are carried out to improve the quality of Toyota Sienta products at PT. Nasmoco Bahana Motor Bantul. Sampling in this study using probability sampling techniques with a total sample of 41 consumers. Sources of data used in this study are primary data by distributing questionnaire data to consumers who buy Toyota Sienta at PT. Nasmoco Bantul. The analysis used is analysis Gap and Importance Performance Analysis (IPA). The results showed that (1) analysis Gap on product quality, there is a gap between perceptions and expectations that occurs in all indicators. Overall, the quality expectation exceeds the perception with the value $t_{count} > t_{table}$ or $13.101 > 2,200$. (2) The suitability level of the comparison of the expectation score and the perception score shows the conformity level value is less than 100%, which means that the quality does not meet what is expected by the customer or the quality is not satisfactory. (3) The quality scale which is divided into quadrants in the Cartesian diagram shows that the company must prioritize the attributes in the indicators included in quadrant I, namely features that provide comfort and convenience, a strong engine to climb, quality interior and exterior a solid.

Keywords: *Product Quality, Expectations. Perception, Gap analysis and Importance Performance Analysis (IPA)*