

INTISARI

Sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, terlihat adanya kemajuan yang pesat pada industri kendaraan bermotor, khususnya sepeda motor. Perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat antar Agen Tunggal Pemegang Motor (ATPM) yang memasarkan produknya dipasar Indonesia. Akibatnya banyak produk yang membanjiri pasar membuat persaingan yang semakin ketat dalam merebut pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara kinerja atribut (produk dan pelayanan), kepuasan (produk dan pelayanan), serta minat beli (terhadap produk dan melalui dealer). Penelitian ini dapat menunjukkan pemahaman terhadap ketiga variabel tersebut karena pengaruh tersebut sering berubah-ubah seiring dengan berubahnya waktu. Kepuasan produk lebih menentukan dalam minat beli ulang terhadap produk maupun minat beli ulang melalui dealer. Yang perlu diperhatikan bahwa atribut produk dan atribut pelayanan tetap menjadi kunci.

Kata Kunci: Produk, Pelayanan, Minat Beli

ABSTRAK

Following more rapid technological development, there was advancement in automobile industry, especially motorcycle. Firm should face tight competition between Single Authorized Dealer of Automobile that market their product over Indonesia. It cause many product flooding market and allow tight competition to catch market.

The research aimed to test effect between attribute performance (product and service), satisfaction (product and service), and purchasing preference (toward product and through dealer). This research can indicate understanding on three variables because the effect often change while time runs. Product satisfaction increasingly determines purchasing preference on product or repurchasing through dealer. It need to be paid an attention that product attribute and service attribute are still key factor.

Keyword: product, service, purchasing preference.