

**ANALISIS BRAND IDENTITY, PERCEIVED QUALITY, DAN SALES SERVICE  
SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA  
KONSUMEN MOBIL SUZUKI CARRY)  
DI KOTA PONTIANAK**

**Octavian Hartono<sup>1</sup>**

Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura

**DOSEN PEMBIMBING 1**

**Dr. Erna Listiana., S.E., M.Si.**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura

**DOSEN PEMBIMBING 2**

**Dr. Barkah., S.E., M.Si.**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura

**ABSTRAK**

*Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh brand identity, perceived quality, dan sales service terhadap kepuasan konsumen Mobil Suzuki Carry di Kota Pontianak. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli mobil Suzuki Carry pada tahun 2013 sebanyak 729 orang di CV Daya Motor Pontianak.*

*Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan penelitian kausal dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, kuesioner, dan studi dokumenter. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif dan kuantitatif menggunakan program SPSS 17.0 dengan regresi linear berganda untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel-variabel brand identity, perceived quality, dan sales service terhadap minat kepuasan konsumen Mobil Suzuki Carry Kota Pontianak.*

*Hasil pengujian secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa brand identity berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,202, perceived quality berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,925, sales service berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,455. Nilai t tabel sebesar 1,661.*

*Kata Kunci : Brand Identity, Perceived Quality, dan Sales Service*

---

<sup>1</sup> Jl. Imam Bonjol, Pontianak, Kalbar, 78124. Email: vincente\_viano@yahoo.co.id