

ABSTRAK

Deny Cahyo Saputro. 2024 “Pengaruh *Tangible* dan *Responsivness* terhadap kepuasan konsumen dengan *Reliability* sebagai variabel intervening pada CV. DNA REN’T CAR Batanghari Lampung Timur” Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Suwarto, S.E., M.M. Pembimbing (II) Nina Lelawati, S.E., M.M.

Kepuasan konsumen yaitu Kepuasan konsumen secara keseluruhan menunjukkan sikap terhadap penyedia layanan, atau reaksi emosional untuk perbedaan antara apa yang pelanggan harapkan dan apa yang mereka terima. Kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa amat puas atau senang. Konsumen yang puas akan memiliki kepercayaan yang tinggi pada perusahaan dan tidak akan berpindah ketempat lain, bahkan ikut mempromosikan tempat tersebut kepada saudara atau teman, calon konsumen lain untuk menggunakan jasa pada perusahaan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh Pengaruh *Tangible* dan *Responsivness* terhadap kepuasan konsumen dengan *Reliability* sebagai variabel intervening pada CV. DNA REN’T CAR Batanghari Lampung Timur dengan menggunakan 40 responden sebagai sampel penelitian dan teknik penentuan sampel menggunakan *accidental sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis kuantitatif meliputi, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, uji homogenitas, persyaratan hipotesis dan hipotesis statistik. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*Path*) dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Tangible* berpengaruh langsung Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. DNA Ren’t Car. *Responsivness* berpengaruh langsung Terhadap Kepuasan Konsumen. CV. DNA Ren’t Car. *Tangible* tidak berpengaruh langsung Terhadap *Reliability* Pada CV. DNA Ren’t Car. *Responsivness* berpengaruh langsung Terhadap *Reliability*. Pada CV. DNA Ren’t Car. *Reliability* berpengaruh langsung Terhadap kepuasan konsumen. Pada CV. DNA Ren’t Car

Kata Kunci : *Tangible*, *Responsivness*, Kepuasan Konsumen, *Reliability*