

Resumen

La presente investigación examinó la incidencia de la calidad en la decisión de compra de servicios en talleres automotrices de vehículos livianos en el Distrito Metropolitano de Quito (DMQ). Para cumplir con el objetivo, en el estudio se aplicó una investigación cuantitativa, no experimental porque no se manipulará la realidad de las variables y de tipo transversal porque se realizará una sola vez. Se consideró por un lado a la variable independiente con sus cinco dimensiones del modelo Servqual de calidad: Fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles, y por otro lado, la variable dependiente decisión de compra con su dimensión de intención de compra, posteriormente se elaboró un instrumento de recolección de información con su respectiva validación de contenido con cinco expertos y su confiabilidad interna mediante el cálculo de Alpha de Cronbach de 0,974, se aplicó un muestreo aleatorio estratificado distribuido en 384 encuestas (muestra), la información recolectada se analizó en el programa SPSS versión 25, se concluyó que la calidad incide positivamente en la decisión de compra de servicios en talleres automotrices de vehículos livianos en el DMQ. Finalmente, se planteó una planificación estratégica basada en la dimensión de calidad con calificación más baja en el estudio.

Palabras clave:

- **CALIDAD DEL SERVICIO**
- **SERVICIO DE MANTENIMIENTO AUTOMOTRIZ**
- **DECISIÓN DE COMPRA**
- **TALLERES AUTOMOTRICES.**

Abstract

The present investigation examined the incidence of quality in the decision to purchase services in light vehicle automotive workshops in the Metropolitan District of Quito (DMQ). To meet the objective, a quantitative, non-experimental research was applied in the study because the reality of the variables and a cross-sectional type will not be manipulated because it will be carried out only once. On the one hand, the independent variable was considered with its five dimensions of the Servqual quality model: Reliability, responsiveness, security, empathy and tangible elements, and on the other hand, the dependent variable purchase decision with its purchase intention dimension. , subsequently an information collection instrument was developed with its respective content validation with five experts and its internal reliability by calculating Cronbach's Alpha of 0.974, a stratified random sampling distributed in 384 surveys (sample) was applied, the information collected was analyzed in the SPSS version 25 program, it was concluded that quality has a positive effect on the decision to purchase services in automotive workshops for light vehicles in the DMQ. Finally, a strategic planning based on the dimension of quality with the lowest rating in the study was proposed.

Key words:

- **SERVICE QUALITY**
- **AUTOMOTIVE MAINTENANCE SERVICE**
- **PURCHASING DECISION**
- **AUTOMOTIVE WORKSHOPS.**