PENGARUH AFTER SALES SERVICE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LAPTOP ASUS DI KOTA PALEMBANG

ASLI
JURUSAN MANAJEMEN 19/12
FAKULTAS EKONOMI

Skripsi Oleh :

EARLY AYUHANA AISYAH PUTRI

01011381823180

MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,

RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2022

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

PENGARUH AFTER SALES SERVICES TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LAPTOP ASUS DI KOTA PALEMBANG

Disusun oleh:

Nama	: Early Ayuhana Aisyah Putri
NIM	: 01011381823180
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam Ujian Komprehensif:

Tanggal Persetujuan

Tanggal : Dosen Pembimbing

Ketua

13 Okober 2022 Hj. Nofiawaty, S.E., M.M

NIP. 196911081994012001

Tanggal : Anggota

14 Oktober 2022 Dr. Aslamia Rosa, S.E.,M.Si.

NIP. 197205292006042001

ASLI

19/12 22

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH AFTER SALES SERVICE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LAPTOP ASUS DI KOTA PALEMBANG

Disusun Oleh

Nama	: Early Ayuhana Aisyah Putri
NIM	: 01011381823180
Jurusan	: Manajemen
Mata Kuliah Skripsi	: Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam Seminar Proposal Skripsi pada Rabu, 16 November 2022 dan telah memenuhi syarat untuk diterima

Panitia Ujian Komprehensif

Palembang, 12 Desember 2022

Ketua

Hj. Nofiawaty, S.E., M.M
NIP 196911081994012001

Anggota,

Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
NIP. 197205292006042001

Anggota,

Hera Febria M., S.E., M.Si
NIP.198802282019032018

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Early Ayuhana Aisyah Putri
NIM	: 01011381823180
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: Manajemen
Bidang Kajian/ Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul :

PENGARUH *AFTER SALES SERVICE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LAPTOP ASUS DI KOTA PALEMBANG

Pembimbing :

Ketua	: Hj. Nofiawaty, S.E., M.M
Anggota	: Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
Penguji	: Hera Febria Mavilinda, S.E., M.Si
Tanggal Ujian	: 16 November 2022

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Palembang, 16 November 2022

Early Ayuhana Aisyah Putri

NIM. 01011381823180

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“It’s always seems impossible until it’s done.” – Nelson Mandela

“Work hard in silence. Success be your noise.”

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

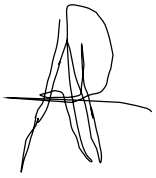
- Universitas Sriwijaya.
- Orang Tua tercinta yang selalu mendoakan, mengantar, membantu serta memberi support setiap saat.
- Abang dan adik saya yang selalu mendukung.
- Orang-orang terdekat yang selalu memotivasi dan memberikan bantuan

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul " Pengaruh *After Sales Service* Terhadap Kepuasan Pelanggan Laptop Asus Di Kota Palembang".

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh after sales services terhadap kepuasan pelanggan pada Laptop ASUS di Kota Palembang. Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak,akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Palembang, 16 November 2022



Early Ayuhana Aisyah Putri

NIM. 01011381823180

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena dengan ridho dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi tepat pada waktunya. Penulis menyadari tanpa adanya bantuan, dukungan, doa, dan motivasi dari beberapa pihak penulisan skripsi ini tidak akan berjalan baik dan lancar. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih untuk semua pihak yang telah terlibat untuk membantu baik secara langsung atau tidak langsung dalam penulisan Skripsi ini, kepada :

1. **Allah SWT**, karena ridho dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan baik dan lancar.
2. **Bapak Prof. Dr. Mohamad Adam, S.E., M.E,** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
3. **Ibu Isni Andriana, S.E., M. Fin., Ph. D.,** selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Sriwijaya.
4. **Ibu Hj. Nofiawaty, S.E., M.M.,** selaku dosen pembimbing yang telah selalu meluangkan waktunya untuk memberikan masukan, saran dan kritik dan mendampingi penulis menyelesaikan skripsi ini.
5. **Ibu Dr. Aslamia Rosa S.E., M.Si** selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktunya dalam membantu penulis dari awal hingga akhir, memberikan motivasi dan saran serta senantiasa mendampingi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. **Ibu Hera Febria Mavilinda, S.E., M.Si** selaku dosen penguji Skripsi yang telah menguji hasil skripsi penulis dan memberikan saran agar skripsi ini menjadi skripsi yang berkualitas untuk kedepannya.
7. **Bapak Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M** selaku dosen pembimbing akademik yang telah senantiasa memberikan motivasi dan arahan selama perkuliahan.
8. Seluruh **Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya**, yang telah memberikan pelajaran yang sangat bermanfaat sehingga penulis bisa menjadi pribadi yang lebih baik dari sebelumnya, baik dari segi pola fikir, sikap, sifat maupun perilaku.
9. Seluruh **Staff dan Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya**, terkhusus Mbak Aliah yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis selama perkuliahan.
10. Teristimewa pertama penulis sampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada Papa tercinta **Emir Fakhrinaldi**, Mama tergendut **Rina Satriana**, Abang **Alvin Ghiffari** dan Adikku **Eric Gustinano** yang telah senantiasa memberikan dukungan, doa serta motivasi sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini.
11. Terkhusus terima kasih kepada **Abelco** yang tetap berada disampingku. Menemani, menghibur dan senantiasa memberikan ocehan yang membuat penulis menjadi pusing kemudian menjadi termotivasi untuk menyelesaikan skripsi secepatnya.
12. Sepupuku **Filzah**, yang senantiasa mendengarkan keluh kesahku dan selalu menemeni bercerita disaat suntuk.

13. Teman-temanku **Seleb Palembang**, yang telah menemani dari awal perkuliahan hingga akhirnya lulus.
14. Semua teman kampusku **Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya 2018** yang tidak dapat disebutkan namanya satu per-satu.
15. Terkhusus terima kasih pada diri sendiri yang telah berhasil menghadapi segala hal meskipun sulit.

Akhir kata saya berharap pihak-pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung kebaikannya di balas oleh Allah SWT dan skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang yang membutukannya

Palembang, 16 November 2022

Early Ayuhana Aisyah Putri

NIM. 01011381823180

ASLI
19/12 22

ABSTRAK

PENGARUH AFTER SALES SERVICE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LAPTOP ASUS DI KOTA PALEMBANG

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengaruh After Sales Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Laptop Asus Di Kota Palembang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan data primer melalui kuesioner yang dikumpulkan dari 100 responden. Responden adalah masyarakat Kota Palembang yang menggunakan ataupun membeli Laptop ASUS melalui metode purposive sampling. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukan bahwa garansi, penyediaan *accessories* atau *spare part*, pelayanan pemeliharaan/ konsultasi lanjutan (berkala), pelayanan perbaikan variabel fasilitas dan perlengkapan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan laptop ASUS di Kota Palembang. Secara parsial hanya garansi dan variabel fasilitas dan perlengkapan yang berpengaruh signifikan sekaligus menjadi variabel yang paling dominan terhadap terhadap kepuasan pelanggan Laptop ASUS di Kota Palembang

Kata Kunci : *After Sales Service*, Kepuasan Pelanggan

Pembimbing I	**Pembimbing II**
Nofiawaty, S.E., M.M	Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
NIP. 196911081994012001	NIP.197205292006042001

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen

Isni Andriana, S.E, M.Fin, Ph.D
NIP. 197509011999032001

ASLI
JURUSAN MANAJEMEN 19/12 22
FAKULTAS EKONOMI

ABSTRACT

THE IMPACT OF AFTER SALES SERVICES ON CUSTOMER SATISFACTION IN ASUS LAPTOPS AT PALEMBANG CITY

This study aims to determine the effect of After Sales Service on Asus Laptop Customer Satisfaction in Palembang City. This research is a quantitative study using primary data through questionnaires collected from 100 respondents. Respondents are Palembang City residents who use or buy ASUS laptops through the purposive sampling method. The analytical method used is multiple linear regression. The results obtained from this study indicate that guarantees, provision of accessories or spare parts, follow-up maintenance/consulting services (periodic), variable repair services for facilities and equipment simultaneously have a significant influence on customer satisfaction for ASUS laptops in Palembang City. Partially, only the warranty and the variable facilities and equipment have a significant effect as well as being the most dominant variable on ASUS Laptop customer satisfaction in Palembang City.

Keywoard : After Sales Services, Customer Satisfaction.

Advisor I

Nofiawaty, S.E., M.M
NIP. 196911081994012001

Advisor II

Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
NIP 197205292006042001

Acknowledge by,
Head of Management Departement

An

Isni Andriana, S.E, M.Fin, Ph.D
NIP. 197509011999032001

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing Skripsi menyatakan bahwa skripsi dari mahasiswa :

Nama : Early Ayuhana Aisyah Putri

NIM : 01011381823180

Jurusan : Manajemen

Judul : Pengaruh *After Sales Service* Terhadap Kepuasan Pelanggan Laptop ASUS di Kota Palembang

Telah kami periksa cara penulisan, grammar, maupun susunan tenses dan kami setuju untuk di tempatkan pada lembar abstrak.

Palembang, 16 November 2022

Pembimbing Skripsi

Ketua	**Anggota**
Hj. Nofiawaty, S.E., M.M	Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
NIP 196911081994012001	NIP. 197205292006042001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

An

Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D

NIP. 197509011999032001

RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa	: Early Ayuhana Aisyah Putri
Jenis Kelamin	: Perempuan
Tempat Tanggal Lahir	: Palembang, 24 Agustus 2000
Agama	: Islam
Status	: Belum Menikah
Alamat	: Jl. Macan Kumbang Raya no. 5005, Demang Lebar Daun, Kota Palembang
Alamat Email	: earlyayhn@gmail.com
No. HP	: 082179814694

Pendidikan Formal

Taman Kanak-Kanak	: TK Antrasita Bukit Asam
Sekolah Dasar	: SD Negeri 8 Tanjung Enim
SLTP	: SMP Negeri 1 Lawang Kidul
SLTA	: SMA Negeri 1 Muara Enim
Perguruan Tinggi	: Universitas Sriwijaya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF ..... **ii**
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **iii**
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH ..... **iv**
MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
UCAPAN TERIMA KASIH ..... **vii**
ABSTRAK ..... **x**
ABSTRACT ..... **xi**
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK ..... **xii**
RIWAYAT HIDUP ..... **xiii**
DAFTAR ISI ..... **xiv**
DAFTAR TABEL ..... **xviii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xxi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xxii**

BAB I ..... **xxii**
PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Tujuan Penelitian 7
1.4 Manfaat Penelitian 8
1.4.1 Bagi Peneliti 8
1.4.2 Bagi Perusahaan 8

BAB II **9**
STUDI KEPUSTAKAAN **9**
2.1 Layanan Purna Jual 9
2.1.1 Pengertian Layanan Purna Jual 9

2.1.2 Indikator Layanan Purna Jual 11
2.1.3 Strategi Layanan Purna Jual 14
2.1.4 Fungsi Layanan Purna Jual bagi Perusahaan 14
2.2 Kepuasan Pelanggan.....15
2.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....15
2.2.2 Komponen Kepuasan Pelanggan 15
2.2.3 Tipe-Tipe Kepuasan Pelanggan 16
2.2.4 Dimensi Kepuasan Pelanggan 18
2.2.5 Konsep Kepuasan Pelanggan 19
2.2.6 Teori dan Model Kepuasan Pelanggan 19
2.2.7 Pengukuran Kepuasan Pelanggan 20
2.2.8 Indikator Kepuasan Pelanggan 22
2.2.9 Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....23
2.3 Penelitian Terdahulu.....24
2.4 Kerangka Konseptual 26
2.5 Hipotesis 30

BAB III.....33
METODE PENELITIAN 33
3.1 Ruang Lingkup Penelitian 33
3.2 Sumber Data 33
3.2.1 Data Primer 33
3.2.2 Data Sekunder.....34
3.3 Definisi Variabel Operasional 34
3.4 Teknik Pengumpulan Data 36
3.5 Populasi dan Sampel 37
3.5.1 Populasi.....37
3.5.2 Sampel 37
3.6 Teknik Pengambilan Sampel.....39
3.7 Uji Instrumen.....39
3.7.1 Uji Validitas.....39

3.7.2 Uji Reliabilitas 40
3.8 Uji Hipotesis 41
3.8.1 Uji Simultan (f) 41
3.8.2 Uji Parsial (t) 41
3.9 Teknik Analisis Data 41
3.9.1 Analisis Regresi Berganda 41
3.9.2 Koefisien Determinasi (R^2) 42

BAB IV 43
HASIL DAN PEMBAHASAN 43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 43
4.1.1 Sejarah Singkat ASUS 43
4.1.2 Visi & Misi ASUS 44
4.2 Penyajian Data 45
4.2.1 Identitas Responden 45
4.2.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 46
4.2.3 Identitas Responden Berdasarkan Usia 46
4.2.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan 47
4.2.5 Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran Per-Bulan dan Melakukan Pembelian Dalam Waktu 6 Bulan Terakhir 48
4.2.6 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan 49
4.3 Analisis Distribusi Jawaban Responden 50
4.3.1 Variabel Layanan Purna Jual (X1) 50
4.3.2 Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) 68
4.4 Hasil Analisis Data 71
4.4.1 Uji Instrumen 71
4.4.2 Uji Hipotesis 78
4.5 Teknik Analisis Data 82
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda 82
4.5.2 Koefisien Determinasi (R^2) 84

4.6 Pembahasan 85
4.6.1 Variabel Garansi (X1).....85
4.6.2 Variabel Penyediaan Accessories atau Spare Part (X2) 86
4.6.3 Variabel Pemeliharaan/ Konsultasi Lanjutan (Berkala) (X3).....87
4.6.4 Variabel Pelayanan Perbaikan (X4).....88
4.6.5 Variabel Fasilitas & Perlengkapan (X5).....89
4.6.6 Perbandingan Penelitian Terdahulu 89

BAB V.....91
KESIMPULAN DAN SARAN 91
5.1 Kesimpulan.....91
5.2 Saran 92

DAFTAR PUSTAKA 93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Keluhan Berdasarkan Data *Rating* Terendah.....5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....24
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....35
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....46
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia 47
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....48
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Harga Produk Yang Pernah Dibeli..49
Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Berapa Kali Melakukan Pembelian.49
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Laptop ASUS Dalam Memberikan Garansi Produk Jika Terjadi Kerusakan Akibat Produksi 51
Tabel 4.7 Jawaban Responden Tentang Klaim Terhadap Garansi Berupa Uang Pada Laptop ASUS.....52
Tabel 4.8 Jawaban Responden Tentang ASUS Memberikan Garansi Berupa Penukaran Produk Sejenis 53
Tabel 4.9 Jawaban Responden Tentang Kemudahan Dalam Mendapatkan Accesories atau Spare Part di Service Center Terdekat ASUS 54
Tabel 4.10 Jawaban Responden Tentang *Accessories* atau *Spare Part* yang Dibutuhkan Tersedia di Service Center Terdekat ASUS.....54
Tabel 4.11 Jawaban Responden Tentang *Accessories* atau *Spare Part* di *Service Center* Terdekat ASUS Tidak Ada yang Cacat / Rusak 55
Tabel 4.12 Jawaban Responden Tentang *Accesories* Atau *Spare Part* di Service Center Asus Tidak Pernah Inden Terlalu Lama.....56
Tabel 4.13 Jawaban Responden Tentang Penyediaan akan *Accesories* atau *Spare Part* Pada Laptop ASUS Sangat Memuaskan.....57
Tabel 4.14 Jawaban Responden Tentang ASUS Mendengarkan Keluhan Pelanggan Dengan Seksama dan Baik 58
Tabel 4.15 Jawaban Responden Tentang ASUS Ramah Dalam Memberikan Pelayanan Pemeliharaan/ Konsultasi Lanjutan (Berkala).....58

Tabel 4.16 Jawaban Responden Tentang ASUS Selalu Menjelaskan Cara Penggunaan Serta Perawatan Produk Kepada Setiap Pelanggan Yang Membeli Produk 59
Tabel 4.17 Jawaban Responden Tentang ASUS Selalu Konsisten Dalam Memberikan Pelayanan Pemeliharaan/ Konsultasi Lanjutan (Berkala) 60
Tabel 4.18 Jawaban Responden Tentang Pelanggan Merasa Puas Terhadap Pelayanan Pemeliharaan/ Konsultasi Lanjutan (Berkala).....61
Tabel 4.19 Jawaban Responden Tentang Keluhan Ditanggapi Dengan Baik Oleh ASUS 62
Tabel 4.20 Jawaban Responden Tentang Tentang ASUS Dalam Merespon Semua Permasalahan Pelanggan Ditangani Dengan Cepat.....62
Tabel 4.21 Jawaban Responden ASUS Mampu Menangani Semua Permasalahan Pelanggan.....63
Tabel 4.22 Jawaban Responden ASUS Memberikan Pelayanan Perbaikan Sesuai Dengan Harapan Pelanggan.....64
Tabel 4.23 Jawaban Responden Tentang Pelayanan Perbaikan yang Disedikan Oleh ASUS Sangat Memuaskan Pelanggan 64
Tabel 4.23 Jawaban Responden Tentang Fasilitas & Perlengkapan yang Tersedia di Service Center ASUS Terawat dan Selalu Siap Untuk Digunakan.....65
Tabel 4.24 Jawaban Responden Tentang Fasilitas & Perlengkapan yang Disediakan Oleh ASUS Berfungsi Dengan Baik 66
Tabel 4.25 Jawaban Responden Tentang Fasilitas & Perlengkapan yang Disediakan ASUS Sangat Nyaman.....66
Tabel 4.26 Jawaban Responden Tentang Fasilitas & Perlengkapan yang Disediakan Service Center ASUS Sangat Nyaman Sesuai Dengan Kebutuhan.....67
Tabel 4.27 Jawaban Responden Tentang Fasilitas & Perlengkapan yang di Berikan Oleh ASUS Sangat Memuaskan.....68
Tabel 4.28 Jawaban Responden Tentang Produk/ Jasa Yang Diberikan ASUS Sangat Berkualitas 69
Tabel 4.29 Jawaban Responden Tentang Pelanggan Merasa Terbantu Dengan Adanya Costumer Service ASUS yang Mudah Untuk Dihubungi 69

Tabel 4.30 Jawaban Responden Tentang Harga Produk ASUS Sesuai Dengan Spesifikasi Yang Ditawarkan 70
Tabel 4.31 Jawaban Responden Tentang Service Center ASUS Dapat Dengan Mudah Ditemukan 71
Tabel 4.32 Hasil Uji Validitas Garansi 72
Tabel 4.33 Hasil Uji Validitas Penyediaan *Accessories* atau *Spare Part*.....73
Tabel 4.34 Hasil Uji Validitas Pelayanan Pemeliharaan / Konsultasi Lanjutan (Berkala) 73
Tabel 4.35 Hasil Uji Validitas Pelayanan Perbaikan.....74
Tabel 4.36 Hasil Uji Validitas Fasilitas dan Perlengkapan 74
Tabel 4.37 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y) 75
Tabel 4.38 Uji Reliabilitas Indikator Garansi.....75
Tabel 4.39 Uji Reliabilitas Indikator Penyediaan *Accessories / Spare part*.....76
Tabel 4.40 Uji Reliabilitas Indikator Pelayanan Pemeliharaan / Konsultasi (Berkala) 76
Tabel 4.41 Uji Reliabilitas Indikator Pelayanan Perbaikan.....77
Tabel 4.42 Uji Reliabilitas Indikator Fasilitas dan Perlengkapan 77
Tabel 4.43 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) 78
Tabel 4.44 Uji Simultan (f) 79
Tabel 4.45 Uji Parsial (t) 80
Tabel 4.46 Analisis Regresi Linier Berganda 82
Tabel 4.47 Koefisien Determinasi (R^2) 85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....95
Lampiran 2 : Uji Validitas 100
Lampiran 3 : Uji Reliabilitas.....104
Lampiran 4 : Uji Simultan (Uji f) 105
Lampiran 5 : Uji Parsial (Uji t) 105
Lampiran 6 : Analisis Regresi Linier Berganda.....106
Lampiran 7 : Koefisien Determinasi (R^2) 106

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu teknologi terus mengalami perkembangan yang sangat cepat dimana hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya produk yang bermunculan salah satunya adalah Laptop. Laptop merupakan komputer pribadi yang sangat praktis, berbentuk kecil sehingga sangat mudah untuk dibawa kemana-mana. Pada saat ini banyak produsen yang saling berlomba-lomba menawarkan produknya dengan menunjukkan kelebihan yang dimiliki seperti keterjangkauan harga, kelengkapan atribut, hingga pelayanan purna jual (www.inet.detik.com) diantaranya Dell, Sony, HP, Asus, Toshiba, dan Acer.

Dalam dunia bisnis, tidak mengenal sudah berapa lama perusahaan tersebut ada namun siapa yang selalu ada untuk konsumen. Maka dari itu, perusahaan dituntut untuk semakin meningkatkan penawaran produk dimana campuran yang terdiri dari bagian yang terwujud maupun tidak terwujud. Selain meningkatkan mutu produk, produsen perlu untuk meningkatkan kualitas layanan.

Konsep kualitas layanan tersebut sangat diperlukan oleh semua sektor agar dapat unggul dalam melewati persaingan ini. Setiap perusahaan saling bersaing untuk menarik konsumen karena konsumen memiliki peranan penting dalam keberlanjutan suatu perusahaan, sehingga diperlukan komitmen perusahaan. Komitmen perusahaan dapat ditunjukkan dengan konsistensi dalam memberikan produk dan layanan yang berkualitas. Sebagian besar pelanggan sangat

memperhatikan kualitas layanan yang diberikan perusahaan. Semakin prima pelayanan yang diberikan perusahaan, maka semakin loyal konsumen untuk membeli barang pada perusahaan. Secara tidak langsung, perilaku konsumen tersebut menunjukan kepuasan pelanggan pada perusahaan. Dengan terpenuhinya kepuasan pelanggan, maka pada akhirnya akan tercapai ialah tujuan perusahaan dalam meningkatkan penjualan dan memperoleh laba.

Setelah pilihan dibuat dan produk dibeli serta di konsumsi, evaluasi purnabeli akan berlangsung. Selama dan sesudah pemakaian, proses pembelian dan produk di evaluasi oleh konsumen. Evaluasi yang tidak memuaskan akan berujung pada komplain konsumen. Respon yang tepat dari perusahaan terhadap komplain berpotensi mengubah ketidakpuasan awal menjadi kepuasan. Hasil akhirnya adalah tingkat kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan, yang pada gilirannya menghasilkan konsumen yang berkomitmen kuat, bersedia membeli ulang (*repurchasing*) dan loyal. Namun, apabila tindakan tersebut tidak dilakukan perusahaan, maka konsumen yang beralih merek atau menghentikan pemakaian kategori produk yang bersangkutan dan beralih ke tempat yang lain (Fandy Tjiptono,2018).

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan akan suatu produk atau jasa sebagai akhir dari suatu proses penjualan memberikan dampak tersendiri kepada perilaku pelanggan akan produk tersebut. Bagaimana perilaku pelanggan dalam melakukan kembali pembelian, bagaimana pelanggan dalam mengekspresikan produk barang yang dipakainya dan jasa yang diperolehnya, serta perilaku lain yang menggambarkan reaksi pelanggan atas produk dan jasa yang telah dirasakan.

Pembentukan sikap dan pola perilaku seorang pelanggan terhadap pembelian dan penggunaan produk / jasa merupakan hasil dari pengalaman mereka sebelumnya. Sikap seorang pelanggan sering kali terbentuk sebagai alat dari kontak langsung dengan objek sikap. Menurut (Zeithaml,dkk. 1996) lima dimensi perilaku loyalitas / kesetiaan kepada perusahaan (*loyalty*), keinginan untuk beralih produk (*switch*), kemauan untuk membayar lebih (willingness to pay more), respons lingkungan eksternal pada penyelesaian masalah (*external response to problem*), dan respon lingkungan internal pada penyelesaian masalah (*internal response to problem*)

Pelanggan berhak untuk menuntut pelayanan yang baik. Salah satu cara yang dapat digunakan penjual untuk memenuhi hak pelanggan ialah dengan *After Sales Services*. *After Sales Service* (Layanan Purna Jual) merupakan bagian yang paling penting dari kegiatan pemasaran produk karena konsumen menuntut bagaimana layanan purna jual dari produk yang dibelinya. Menurut Tjiptono (2014:85) Layanan purna jual adalah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen setelah proses transaksi terjadi. Layanan purna jual dilakukan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, menjalin kerja sama dengan konsumen, menjaga hubungan baik dan menciptakan loyalitas pelanggan.

Sugiarto & Jumady (2019) menjelaskan layanan purna jual merupakan cara bagi perusahaan untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan upaya menciptakan lebih banyak kepercayaan dan rasa aman bagi pelanggan untuk membeli produk. Pelayanan purna jual yang baik juga dapat membentuk citra yang baik bagi perusahaan, karena memberikan kesan bahwa produk yang dijual

mempunyai umur pemakaian yang lama dan selalu dalam kondisi yang baik karena adanya jasa perawatan dan penggantian sparepart. Layanan purna jual bergantung pada sifat dasar produk. Beberapa produk yang cukup sederhana kurang memerlukan pelayanan purna jual, tetapi pada produk yang cukup rumit seperti Laptop, handphone, dan alat elektronik lainnya sangat dibutuhkan pelayanan purna jual untuk perawatan produk.

Layanan purna jual telah menjadi alat pemasaran bagi banyak perusahaan untuk mampu menghadapi persaingan pasar yang semakin tinggi dan berpotensi mendapatkan keuntungan yang lebih banyak. Layanan purna jual muncul sebagai sumber utama keunggulan kompetitif untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan. Ruang lingkup layanan purna jual tidak terbatas untuk mempertahankan pelanggan tetapi merupakan salah satu sumber utama memperoleh pendapatan. Layanan purna jual ini meningkatkan hubungan antara pembeli – penjual dan saling menguntungkan seperti kepuasan dan kinerja melalui dimensi kualitas layanan yang unggul. Layanan purna jual juga digunakan sebagai sesuatu yang dapat diandalkan untuk memperoleh keunggulan yang cukup besar bagi perusahaan. Maka dari itu setiap perusahaan harus menerapkan dan meningkatkan kualitas pelayanannya terkhusus perusahaan yang bergerak di bidang alat elektronik. Pada saat ini industri elektronik mengalami perkembangan yang pesat sesuai dengan jumlah produksi dan kebutuhan akan laptop yang terus meningkat, khususnya di kota Palembang sehingga terdapat banyak merek laptop yg dijual khususnya ASUS.

Salah satu merek laptop yang cukup banyak diminati yaitu Laptop ASUS. Diketahui bahwa laptop ASUS itu memiliki perkembangan yang cukup baik.

Menjual produk dengan kualitas yang sangat tangguh, serta memiliki fasilitas layanan purna jual yang baik merupakan langkah strategi yang digunakan oleh Laptop ASUS untuk menghadapi persaingan dengan produk merek lainnya.

Laptop ASUS sendiri sudah berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan dengan mmenyediakan layanan purna jual untuk menarik pelanggan dan memuaskan pelanggan. Namun pada kenyataannya Laptop ASUS masih memiliki kekurangan, seperti dari hasil ulasan di google pada Laptop ASUS terdapat keluhan pelanggan pengguna jasa yang memberikan komentar negatif terhadap pelayanan yang diberikan. Dapat kita lihat melalui Tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1

Data Keluhan Berdasarkan Data *Rating* Terendah

Tahun	Bulan	Nama	Keluhan Pelanggan
2020	2 Bulan yang lalu	Pelanggan I	- Perbaikan tidak kunjung membaik
2020	3 Bulan yang lalu	Pelanggan II	- Layanan purna jual yang ditawarkan di *e-commerce* tidak membuahkan hasil
2020	3 Bulan yang lalu	Pelanggan III	- *Service Center* ASUS mengecewakan
2021	1 Bulan yang lalu	Pelanggan IV	- Produk yang dibutuhkan tidak tersedia
2021	3 Bulan yang lalu	Pelanggan V	- Produk *inden* terlalu lama
2021	2 Bulan yang lalu	Pelanggan VI	- Pelanggan terpaksa menunggu karena di fasilitas purna jual ASUS hanya tersedia 1 orang
2022	1 Bulan yang lalu	Pelanggan VII	- Klaim garansi *battery* dipersulit
2022	1 Bulan yang lalu	Pelanggan VIII	- Layanan purna jual yang diberikan tidak membuat produk yang diperbaiki benar
2022	2 Bulan yang lalu	Pelanggan IX	- Pelayanan perbaikan tidak akan dilayani apabila tidak membawa nota
2022	1 Bulan yang lalu	Pelanggan X	- Customer service susah dihubungi

Sumber: *Ulasan pelanggan laptop ASUS di Service Center ASUS Palembang*

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa keluhan yang dirasakan oleh pelanggan Laptop ASUS di Kota Palembang telah terjadi pada tahun 2020 sampai tahun 2022. Banyak nya ulasan yang kurang baik sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan akan membuat pelanggan Laptop ASUS kecewa.

Konsumen akan mengalami disonansi kognitif (keraguan menyangkut ketepatan keputusan pembelian). Kondisi seperti itu dipengaruhi sejumlah faktor, seperti tingkat komitmen konsumen terhadap keputusan pembelian yang dibuat, tingkat kepentingan keputusan pembelian bagi konsumen, tingkat kesulitan dalam memilih berbagai alternatif dan berusaha untuk meminimumkan disonansi kognitif pelanggan dengan berbagai strategi diantaranya dengan cara menyediakan *reassuring letters* di kemasan produk, menyediakan garansi dan jaminan / layanan purna jual. Dilihat dari fenomena tersebut sangat penting untuk mengetahui pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan sehingga dapat mengidentifikasi apakah perusahaan memperoleh hasil yang diinginkan dari penawaran produk dalam layanan purna jual dan area spesifik mana yang memerlukan perbaikan untuk memuaskan pelanggan yang ada sehingga dapat meningkatkan penjualan pada produk.

Penelitian ini dilakukan dengan subjek seluruh masyarakat yang ada di Kota Palembang. Setiap individu pastinya memiliki keinginan serta kebutuhan untuk membeli laptop dalam menunjang kegiatan sehari-hari terutama dibidang pendidikan dan perkerjaan. Pekerja serta pelajar dapat dikategorikan sebagai konsumen potensial yang memiliki keinginan ataupun minat yang cukup tinggi pada Laptop.

Penelitian mengenai variabel independen after sales service terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan telah banyak dilakukan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2022) yang menunjukan bahwa hasil after sales service berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan pada penelitian yang dilakukan oleh Faine Phoebby Ruusen, Adolfia, Imelda Ogi (2017) menunjukkan hasil bahwa citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif secara simultan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka penulis tertarik untuk meneliti tentang **" Pengaruh *After Sales Service* Terhadap Kepuasan Konsumen Laptop ASUS di Kota Palembang."**

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang di uraikan peneliti berdasarkan latar belakang diatas yaitu bagaimana pengaruh *after sales services* baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Laptop ASUS di Kota Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh *after sales services* terhadap kepuasan pelanggan pada Laptop ASUS di Kota Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman peneliti mengenai masalah yang akan diteliti terutama yang berkaitan dengan pengaruh *after sales services* terhadap kepuasan pelanggan pada Laptop ASUS di Kota Palembang.

1.4.2 Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan berupa saran dan informasi bagi perusahaan untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh *after sales services* terhadap kepuasan pelanggan pada Laptop ASUS di Kota Palembang. Sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan pedoman untuk melakukan perbaikan dan meningkatkan kualitas produknya

DAFTAR PUSTAKA

Ashfaq, M. (2019). After Sales Service, Customer Satisfaction and Loyalty in Telecom Sector. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, *3*(1), 31–42.

Adusei, C., & Tweneboah-Koduah, I. (2019). After-Sales Service and Customer Satisfaction in the Automobile Industry in an Emerging Economy. *OALib*, *06*(01), 1–21. https://doi.org/10.4236/oalib.1105167

Elsandra, Y., & Suryandi. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Sharp Electronics Indonesia di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas*, *18*(1), 185–200.

Ernoputri, D., Arifin, Z., & Fanani, D. (2016). Pengaruh Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Pengguna Produk LG di Malang Town Square (Matos) Malang – Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *30*(1), 79–86.

Hasan, B. (2016). Pengaruh Advertensi dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Electronic City Cabang Bogor Hasan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*, *2*(1), 1–19.

Kurniawan, F., & Lubis, N. (2013). Pengaruh Relationship Marketing dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Astra Internasional Isuzu. *Jurnal Administrasi Bisnis*, *2*(1), 76–88.

Kusuma, H. L. (2017). Analisis Pengaruh Customer Relationship Marketing dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Operations Excellence*, *9*(3), 236–248.

Munte, S. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Pada PT Capella Dinamik Nusantara Duri Santrisya Munte. *JOM FISIP*, *4*(2), 1–13.

Kotler,Philip.2018. *Principles of marketing*.Harlow, England: Pearson Education Kristiyanti, Celina Tri Siwi. 2014. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Sinar Grafika.

Rigopoulou, I. D., Chaniotakis, I. E., Lymperopoulos, C., & Siomkos, G. I. (2008). After-Sales Service Quality as an Antecedent of Customer Satisfaction the Case of Electronic Appliances. *Managing Service Quality*, *18*(5), 512–527. https://Doi.Org/10.1108/09604520810898866

Roeroe, S. D. L. (2013). *Efektivitas Hukum dalam Layanan Purna Jual ditinjau dari Aspek Perlindungan Konsumen*. *21*(4), 1–12.

Tjiptono,Fandy.2015.*Strategi Pemasaran*.Edisi 4.Yogyakarta:ANDI.

Tjiptono Fandy. 2008.*Strategi Kepuasan Pelanggan*.Yogyakarta : CV. Andi Offset.

Shokouhyar, S., Shokoohyar, S., & Safari, S. (2020). Research on the Influence of After-Sales Service Quality Factors on Customer Satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *56*, 102–139. Https://Doi.Org/10.1016/J.Jretconser.2020.102139

Simarmata, *et al*. (2021). *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Yayasan Kita Menulis : Sumatera Utara.

Lupiyoadi,Rambat.2018.*Manajemen Pemasaran Jasa*.Edisi 3.Jakarta: Salemba Empat.

Widjaya, I. I. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Hargen Nusantara. *Primanomics : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *17*(1), 1–11.

Wibisono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Purna Jual Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Dealer Honda Cendana Megah Santosa

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Universitas Diponegoro : Semarang

Yohanes, W. (2019). Pengaruh After Sales Service Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening di PT Damai Sejahtera Abadi (Ufo Elektronika) Surabaya. *Agora*, *7*(1), 1–7.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.

Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish : Yogyakarta.

Zeithaml,Valarie A. (1996). *Service Marketing*.The McGraw-Hill Companies, Inc:New York.