

PENGARUH PELAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Survei pada pelanggan Dealer CV. Bahagia Putra Motor Yamaha)

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

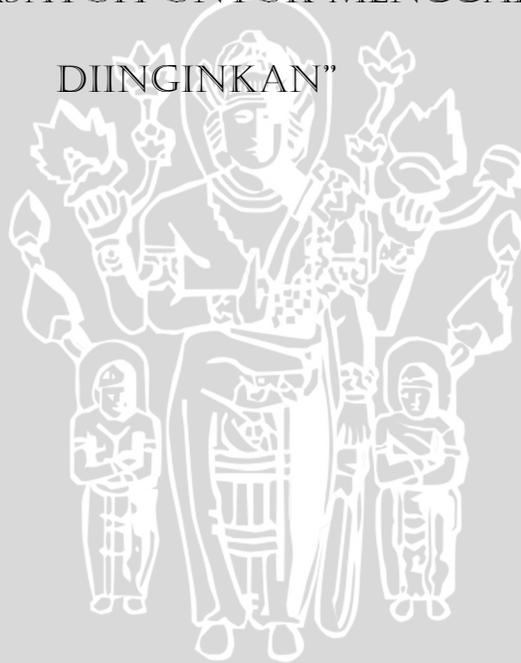
DIAN AYU NINGTIAS
NIM. 0810323109



UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN
MALANG
2012

MOTTO

“ORANG TERKUAT BUKANLAH MEREKA YANG SELALU
MENANG, MELAINKAN MEREKA YANG TETAP TEGAR
KETIKA MEREKA TERJATUH UNTUK MENGGAPAI APA YANG
DIINGINKAN”



TAMBA PENGHESAHAN

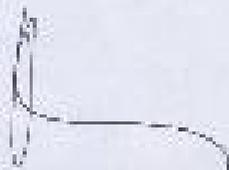
Teladi dipelabardkan de deyan ragesis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya Malang, pada:

Hari : Senin
Tanggal : 12 November 2012
Jam : 10.00 WIB
Skripsi atas nama : Dian Ayu Ningrus
Judul : Pengaruh Pelayanan Prima Jual terhadap Kepuasan
Pelanggan (Survei pada Pelanggan Servis C.V. Bahagia
Putra Motor Yamaha Malang)

dan dinyatakan lulus

MAJELIS PENGUJI

Ketua



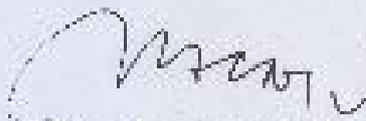
Drs. Dahlan Durtani, MA
NIP. 19590329 198601 1 001

Anggota



Sunarti, S.SOS, MA
NIP. 19740717 199802 2 001

Anggota



Dr. Zainul Arifin, MS
NIP. 19570415 198601 1 001

Anggota

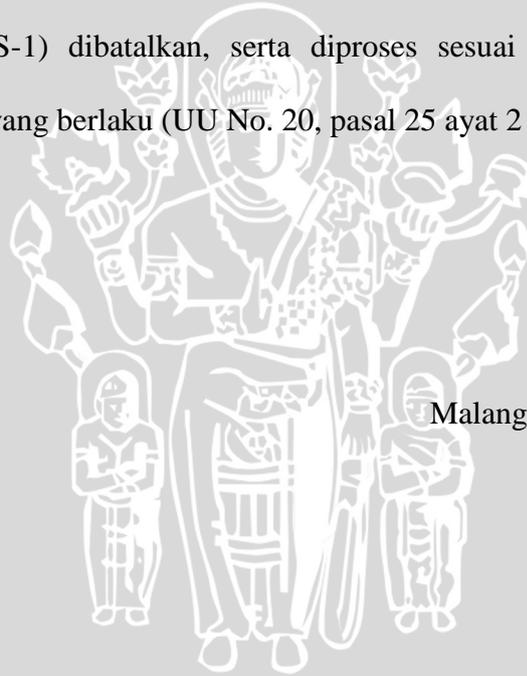


Drs. Edy Yulianto, M.P
NIP. 19600728 198601 1 001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang sepengetahuan saya dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).



Malang, 15 Oktober 2012

RINGKASAN

Dian Ayu Ningtias, 2012, **Pengaruh Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan** (Survei pada pelanggan Dealer CV. Bahagia Putra Motor Yamaha). Drs. Dahlan Fanani, MAB, Sunarti, S. SOS, MAB, 69 hal + xi

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel-variabel dalam Pelayanan Purna Jual yang mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pelanggan dan untuk mengetahui variabel Pelayanan Purna Jual yang dominan pengaruhnya terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada *service* motor Yamaha.

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*, dan bentuk pengamatan dalam penelitian ini adalah *survey*. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan *service* sepeda motor CV. Bahagia Putra Motor Yamaha Malang. Jumlah responden yang diteliti sebanyak 116 orang responden, dan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda, dan analisis regresi parsial.

Hasil analisis diperoleh hasil *Adj. R Square* sebesar 0,504. Artinya bahwa 50,4% variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, Hasil Uji t menunjukkan ada pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial pada variabel Garansi (X_1) dengan probabilitas signifikan sebesar 0,000, variabel Pemeliharaan (X_2) dengan probabilitas dan signifikan sebesar 0,001 dan variabel yang terakhir adalah variabel Suku Cadang (X_3) dengan probabilitas signifikan sebesar 0,000. Berdasarkan pada hasil uji t didapatkan bahwa Garansi (X_1) Mempunyai nilai signifikan yang paling kecil yaitu signifikan sebesar 0,000. Sehingga variabel Garansi (X_1) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh secara bersama-sama dan parsial variabel bebas terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan dapat diterima dan variabel Garansi (X_1) merupakan variabel yang dominan mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pelanggan pada *service* motor Yamaha.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan anugerah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan CV. Bahagia Putra Motor Yamaha)”.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, dorongan, dan bimbingan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Sumartono, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Bapak Dr. Kusdi Rahardjo, DEA selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Bapak Drs. R. Rustam Hidayat, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
4. Bapak Drs. Dahlan Fanani, MAB selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah berkenan, selalu memberikan waktu luang untuk bimbingan, dan sabar dalam memberikan petunjuk, arahan, dalam penulisan skripsi ini hingga dapat terselesaikan.
5. Ibu Sunarti, S.SOS, MAB selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah berkenan dan sabar dalam memberikan petunjuk, arahan, serta bimbingan dalam penulisan skripsi ini hingga dapat terselesaikan.

6. Staf-staf CV. Bahagia Putra Motor yang telah mendukung penulisan skripsi ini hingga dapat terselesaikan.
7. Kedua orang tua Bapak Dwedi Nurcahyono dan Anna Mardhiana, kakak saya tercinta Andi Sukmajaya dan Adik-adik saya Bogi Waskito Jati dan Catur Putra Pambudi yang telah memberikan doa dan dukungan baik secara moril maupun materil untuk kelancaran penulisan skripsi ini.
8. Teman-teman satu bimbingan senasib sepenanggungan, yaitu April, Dewi, dan Fai, yang selalu memberikan bantuan dan saran dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Teman-teman Kelas E angkatan 2008, yang selalu memberikan dukungan selama perkuliahan.
10. Sahabat-sahabat saya yang telah memberikan motivasi dan dukungan Illustri, Feranti, Lisa, Dewi, Hobby dan Ichank.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih sebesar-besarnya atas bantuan dan masukan dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, maka saran dan kritik untuk melengkapi tulisan ini akan diterima. Semoga karya skripsi ini dapat bermanfaat bagi setiap pembaca.

Malang, 12 Oktober 2012

DAFTAR ISI

	Halaman
MOTTO	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
RINGKASAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kontribusi Penelitian	5
E. Sistematika Pembahasan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Empiris	7
B. Layanan Purna Jual	9
1. Pengertian Layanan	9
2. Pengertian Pelayanan Purna Jual	10
3. Bentuk-Bentuk Layanan Purna Jual	11
a. Garansi	11
b. Pemeliharaan.....	12
c. Suku Cadang	14
C. Kepuasan Pelanggan	15
1. Pengertian Pelanggan	16
2. Konsep Kepuasan Pelanggan	16
3. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	18
a. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan	19
b. Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	19
c. Konfirmasi Harapan	19
d. Minat Pembelian Ulang.....	19
e. Ketersediaan Untuk Merekomendasi	19
f. Ketidakpuasan Pelanggan	19
4. Tingkat Kepuasan Pelanggan	20
5. Atribut-atribut Pembentuk Kepuasan Pelanggan	20

D.	Hubungan Pelayanan Purna Jual dengan Kepuasan Pelanggan	21
E.	Model Konsepsi dan Hipotesis	22
1.	Model Konsepsi	22
2.	Model Hipotesis.....	22

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Jenis Penelitian	25
B.	Lokasi Penelitian	25
C.	Konsep, Variabel, Definisi Operasional, dan Skala Pengukuran	26
1.	Konsep	26
a.	Pelayanan Purna Jual.....	26
b.	Kepuasan Pelanggan	27
2.	Variabel	27
3.	Definisi Operasional.....	28
4.	Skala Pengukuran.....	28
D.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .	30
1.	Populasi	30
2.	Sampel	30
3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	32
E.	Teknik Pengumpulan Data	32
1.	Sumber Data	32
2.	Metode Pengumpulan Data	32
F.	Validitas dan Reliabilitas	33
1.	Uji Validitas.....	33
2.	Uji Reliabilitas.....	34
3.	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	35
a.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Garansi.....	35
b.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Pemeliharaan	37
c.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Suku Cadang.....	38
d.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan ...	39
G.	Teknis Analisis	40
1.	Analisis Statistik Deskriptif	40
2.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
a.	Pengujian Secara Bersama-sama (Uji F).....	42
b.	Pengujian Secara Parsial (Uji t)	44

BAB IV HASIL dan PEMBAHASAN

A.	Penyajian Data	46
1.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian Lokasi	46
B.	Analisis Statistik Deskriptif	46

1.	Analisis Deskriptif.....	46
a.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .	47
b.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	48
c.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
d.	Deskripsi Responden Berdasarkan Penggantian Sepeda Bermotor	49
e.	Deskripsi Responden Berdasarkan Merek yang Pernah digunakan	49
f.	Deskripsi Responden Mengetahui Bengkel CV. Bahagia Putra Motor.....	50
2.	Distribusi Variable Penelitian.....	51
a.	Variabel Garansi (X_1).....	51
b.	Variabel Pemeliharaan (X_2)	53
c.	Variabel Suku Cadang (X_3).....	54
d.	Variabel Tingkat Kepuasan (Y)	57
C.	Analisis Data dan Interpretasi	59
1.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
a.	Pengujian Secara Bersama-sama (Uji F).	59
b.	Pengujian Secara Parsial (Uji t)	61
a.	Pengaruh Garansi (X_1) terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	61
b.	Pengaruh Pemeliharaan (X_2) terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	62
c.	Pengaruh Suku Cadang (X_3) terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	62
2.	Uji Hipotesis	62
D.	Pembahasan	64
1.	Variabel Garansi (X_1)	65
2.	Variabel Pemeliharaan (X_2).....	66
3.	Variabel Suku Cadang (X_3)	66

BAB V PENUTUP

A.	Kesimpulan.....	67
B.	Saran	68

DAFTAR PUSTAKA	70
-----------------------------	----

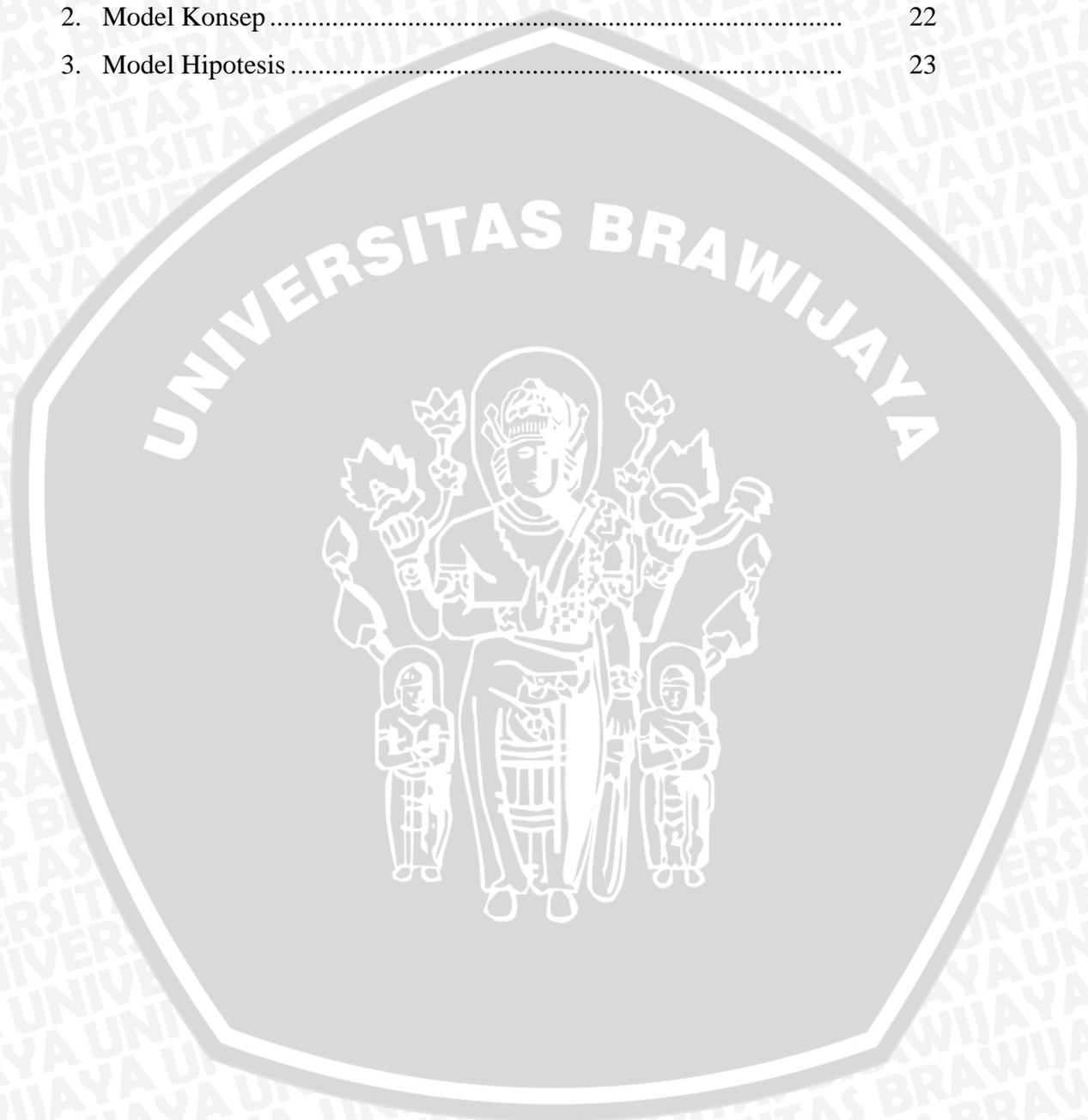


DAFTAR TABEL

1. Operasionalisasi Variabel	29
2. Skala Pengukuran Variabel Penelitian	30
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Garansi	36
4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pemeliharaan	37
5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Suku Cadang	38
6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kepuasan Pelanggan...	39
7. Distribusi Usia Responden	47
8. Distribusi Jenis Kelamin Responden	48
9. Distribusi Memiliki Sepeda Bermotor Responden	48
10. Distribusi Penggantian Sepeda Bermotor Responden	49
11. Distribusi Merek yang Pernah Digunakan Responden	50
12. Distribusi Mengetahui CV. Bahagia Putra Motor Responden	50
13. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Garansi	53
14. Distribusi Frekuensi Jawaban Pemeliharaan	53
15. Distribusi Frekuensi Jawaban Suku Cadang	56
16. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Tingkat Kepuasan	58
17. Rekapitulasi Hasil Uji Regresi Linier Berganda	60

DAFTAR GAMBAR

1. Konsep Kepuasan Pelanggan	18
2. Model Konsep	22
3. Model Hipotesis	23



DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Penelitian.....	72
2. Kuesioner	73
3. Rekapitulasi Jawaban Responden	77
4. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	81
5. Uji Validitas dan Reliabilitas	87
6. Uji Regresi Linier Berganda	93
7. Curriculum Vitae.....	95



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi saat ini telah membawa perubahan yang sangat besar terhadap dunia pemasaran. Globalisasi telah mendorong para pemasar untuk lebih tanggap dalam menghadapi persaingan. Munculnya perusahaan-perusahaan baru sehingga maraknya persaingan bisnis akan mencerminkan situasi usaha yang kompetitif. Keberhasilan kompetisi ini sangat ditentukan oleh antisipasi pasar dan tanggapan yang cepat terhadap setiap perubahan kebutuhan maupun perilaku konsumen. Maka produsen dituntut untuk semakin kreatif dan inovatif dalam memanjakan konsumen melalui penawaran produk dengan memberikan pelayanan dan fasilitas yang semakin membaik seperti halnya: pemberian hadiah, jasa *service*, ataupun pemberian garansi. Pemberian tersebut dilakukan perusahaan untuk dapat mempertahankan para pelanggannya untuk terus memakai produk perusahaannya serta mempertahankan eksistensi perusahaan tersebut ditengah-tengah bisnis yang semakin ketat.

Banyak hal yang telah dilakukan oleh produsen untuk memulai usahanya, bahkan memperluas pengetahuan tentang produknya kepada masyarakat luas. Salah satu penjual yang memberikan fasilitas layanan purna jual, dimana layanan ini memberikan suatu fasilitas produsen kepada konsumennya yang telah membeli produknya. Tujuan dari penjualan yang memberikan layanan purna jual ini adalah selain untuk menarik perhatian konsumen, memenuhi kebutuhan konsumen, berusaha

untuk mempertahankan pelanggannya dan juga memberikan fasilitas yang akan meningkatkan kepuasan kepada konsumen setelah membeli suatu produk dari produsen. Pemberian layanan purna jual kepada pelanggan biasanya diberikan sebagai tanggung jawab penjual atas kualitas barang yang dijualnya. Layanan purna jual dapat diberikan dalam bentuk konsultasi lanjutan, atau garansi berupa penggantian barang rusak, pemeliharaan, penyediaan suku cadang (Barata, 2003:290).

Sebagai pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan nilai dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Apabila pelanggan mengatakan bahwa nilai adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan terjadi. Apabila nilai dari pelanggan adalah kenyamanan maka kepuasan akan datang, apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar nyaman. Apabila nilai dari pelanggan adalah harga yang murah maka pelanggan akan puas kepada produsen yang memberikan harga yang paling kompetitif. Menurut Kotler dalam Arief (2007:167) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja yang ia rasakan atau alami terhadap harapannya.

Banyaknya kebutuhan konsumen yang beragam dan harus segera dipenuhi semakin meningkatnya permintaan konsumen. Mereka membutuhkan lebih dari sekedar transaksi. Mereka butuh dikenali, dicukupi kebutuhannya, diberikan *reward* dan tentunya kualitas layanan yang prima. Perilaku pelanggan yang terus berubah seperti ini membuat perusahaan harus dapat menterjemahkan harapan dan keinginan

pelanggan dari perspektif pelanggan, bukan dari perspektif perusahaan. Disisi lain perusahaan juga harus bisa mengantisipasi ancaman kompetitor lain yang mungkin akan melakukan hal yang sama atau bahkan melampaui apa yang telah dilakukan perusahaan saat ini. Sukses sebuah perusahaan tidak terlepas dari peranan para pelanggan, oleh karena itu perusahaan harus dapat mempertahankan pelanggan agar terus menerus dan berulang-ulang menggunakan atau memanfaatkan produk dan layanan kita, akan tetapi mempertahankan pelanggan bukanlah hal yang mudah. Kendala utama sulitnya mempertahankan pelanggan adalah *customer cost* yang mahal dan cenderung meningkat.

CV. Bahagia Putra Motor sebagai distributor merek Yamaha yang ada di Indonesia telah mengembangkan sistem layanan purna jual terhadap produk sepeda motor merek Yamaha sebagai respon atas keinginan dan kebutuhan konsumen setelah melakukan pembelian terhadap merek Yamaha, bahkan CV. Bahagia Putra Motor bertujuan melayani pelanggan sepeda motor merek Yamaha dan melaksanakan sistem pelayanan purna jual seperti penyediaan suku cadang, *service* dan perbaikan.

CV. Bahagia Putra Motor berada di dua tempat yaitu di kota Malang dan Surabaya. Sebagai bengkel resmi CV. Bahagia Putra Motor berusaha memberikan pelayanan yang baik dengan ditunjang adanya kualitas yang baik, mekanik yang handal dan pelayanan yang baik. Serta kesadaran akan pentingnya pemeliharaan lingkungan dengan tetap menjaga kebersihan dan kehijauan ruang kerja.

Pelayanan yang baik pada saat transaksi maupun sesudahnya merupakan faktor yang paling penting dalam menjalankan usahanya untuk memenangkan persaingan

pasar sehingga produsen harus benar-benar memperhatikan pemberian pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya tersebut. Memberikan pelayanan yang baik diharapkan konsumen tetap loyal untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Menurut uraian diatas maka penulis ini diberi judul **“Pengaruh Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan”**

B. Perumusan Masalah.

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah yang dirumuskan adalah:

1. Apakah variabel Pelayanan Purna Jual yang terdiri dari Garansi, Pemeliharaan dan Suku Cadang berpengaruh secara bersama-sama dari Tingkat Kepuasan Pelanggan?
2. Apakah variabel Pelayanan Purna Jual yang terdiri dari Garansi, Pemeliharaan dan Suku Cadang berpengaruh secara parsial dari Tingkat Kepuasan Pelanggan?
3. Manakah diantara variabel Pelayanan Purna Jual yang terdiri dari Garansi, Pemeliharaan dan Suku Cadang yang berpengaruh dominan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh variabel Pelayanan Purna Jual yang terdiri dari Garansi, Pemeliharaan dan Suku Cadang terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan secara Bersama-sama.

2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh variabel Pelayanan Purna Jual yang terdiri dari Garansi, Pemeliharaan dan Suku Cadang terhadap variabel dari Tingkat Kepuasan Pelanggan secara Parsial.
3. Untuk Mengetahui dan menjelaskan variabel Pelayanan Purna Jual yang memiliki pengaruh dominan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan.

D. Kontribusi Penelitian

1. Teoritis

Sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang akan datang mengenai Pengaruh Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan dalam rangka pengembangan Ilmu Pemasaran.

2. Praktis

Untuk memberikan sumbangan pemikiran kepada pihak perusahaan terutama dalam memberikan Pelayanan yang berkualitas sehingga dapat memberikan Kepuasan bagi Pelanggan.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I. PENDAHULUAN

Mengemukakan tentang latar belakang masalah yang menjadi pertimbangan untuk melakukan penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dijelaskan tentang teori-teori yang mendukung judul penelitian yaitu penelitian terdahulu dan kajian teoritis berupa pengertian Layanan Purna Jual, Bentuk-bentuk Pelayanan Purna Jual, Kepuasan Pelanggan yang meliputi konsep Kepuasan Pelanggan, serta hubungan Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan.

BAB III. METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian yang digunakan, konsep, variabel dan skala pengukurannya, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, uji validitas dan realibilitas serta metode analisis data

BAB IV. HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang penyajian data yang berupa gambaran umum lokasi penelitian dan responden serta menggambarkan variabel penelitian sebagai cerminan fenomena yang terjadi pada konsumen produk yang diteliti, serta hasil analisis dan interpretasi data sesuai dengan konsep dan teori yang dipakai dari penelitian yang dilakukan.

BAB V. PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil-hasil yang telah dianalisis pada bab terdahulu, serta saran-saran berdasarkan hasil penelitian yang diharapkan berguna sebagai masukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Empiris

1. Subekti (2005)

Judul skripsi “Pengaruh Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey pada pengguna telepon seluler Merek Nokia di RT.01-02 RW XII Perumahan Alam Hijau Singosari, Kabupaten Malang)”. Tujuan masalah pada penelitian ini merujuk pada rumusan masalah pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel Layanan Purna Jual secara bersama-sama dan parsial juga variabel yang berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel yang digunakan adalah pemberian Garansi, pemberian Jasa Reparasi, Penyediaan Suku Cadang yang merupakan variabel dari Kepuasan Pelanggan. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 76 orang, didapat karena populasinya kurang dari 100 sehingga sampel ini merupakan jumlah dari populasi. Metode pengumpulan data yang digunakan menggunakan kuesioner dan metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan parsial.

Hasil dari analisis datanya yaitu variabel Pelayanan Purna Jual secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 46,9%. Secara parsial ketiga variabel memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, karena probabilitasnya dari keseluruhan $<0,05$ yang merupakan tingkat signifikan. Variabel yang memiliki pengaruh dominan adalah pemberian jasa Reparasi terhadap

Kepuasan Pelanggan, karena memiliki koefisien tertinggi (b) yaitu 0,327 dibanding variabel bebas yang lainnya.

2. Sukmawati (2005)

Judul skripsi “Pengaruh Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan dan pengaruh variabel pemberian Garansi, Pemberian Jasa Reparasi dan latihan cara penggunaan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan kacamata serta untuk mengetahui variabel yang dominan pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan kacamata. Jenis penelitian ini adalah *eksplanatory* dengan mengambil responden sebanyak 86 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa antara variabel pemberian Garansi, pemberian Jasa Reparsi dan latihan cara penggunaan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan kacamata dengan F_{hitung} sebesar 19,197 dan tingkat signifikan antara variabel pemberian Garansi, pemberian Jasa Reparasi dan latihan cara penggunaan adalah 0,619 atau 61,9% terhadap variabel terikat dan sisanya sebesar 38,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

3. Riskyawan (2009)

Judul skripsi “Peranan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pembelian Sepeda Motor Yamaha tahun Pembelian 2008 di Dealer Yamaha Jaya Motor Tumpang Malang)”. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan Peranan Layanan Purna Jual secara bersama-sama dan parsial, juga untuk mengetahui variabel bebas yang berperan dominan. Variabel bebas meliputi

pemberian Garansi, Servis, Penyediaan Suku Cadang, Penghantaran Barang. Variabel terikat adalah Struktur Keputusan Pembelian Menggunakan teknik *purposive sampling*. Perhitungan dengan menggunakan rumus slovin, diperoleh sebanyak 88 orang responden. Metode analisis data yang digunakan analisis regresi berganda dan parsial.

Hasil penelitian yang diperoleh secara bersama-sama variabel bebas dari Layanan Purna Jual memiliki peranan sebesar 67,2 %, secara parsial setiap variabel bebas berpengaruh nilai probabilitas $<0,05$. Variabel bebas berperan secara dominan adalah variabel pemberian Garansi yang memiliki koefisien regresi (b) 0,275.

B. Layanan Purna Jual

1. Pengertian Layanan

Layanan adalah serangkaian kegiatan yang meliputi semua bidang bisnis yang terpadu untuk menyampaikan produk-produk dan jasa-jasa perusahaan tersebut sedemikian rupa sehingga dipersepsikan memuaskan oleh pelanggan dan pencapaian tujuan-tujuan perusahaan (Arief, 2007:180). Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani (Barata, 2003:9). Penyedia layanan pelanggan berkualitas membutuhkan pemahaman mengenai apa yang dibeli pelanggan dan penentuan bagaimana nilai tambah bisa pada penawaran. Oleh karena itu sikap dan perhatian dalam melakukan pelayanan adalah dasar melakukan pemberian layanan, yang secara nyata akan terwujud menjadi satu kesatuan bentuk

pelayanan yang baik ketika perusahaan mampu untuk melakukan berbagai tindakan terbaik untuk melayani pelanggan.

2. Pengertian Pelayanan Purna Jual

Pelayanan Purna Jual merupakan salah satu bentuk fasilitas layanan yang dilakukan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen agar terbentuk hubungan dengan perusahaan setelah proses penjualan. Bentuk layanan ini dilakukan bila seorang konsumen belum begitu mengenal atau memahami secara menyeluruh dari fungsi atau kegiatan barang atau jasa yang bisa memuaskan kebutuhannya. Produsen biasanya memulainya dengan menjalankan departemen suku cadang dan perbaikannya sendiri. Produsen ingin tetap dekat dengan peralatan tersebut dan mengetahui masalah-masalahnya, menurut Barata (2003:45) mengemukakan bahwa pada umumnya setiap pelanggan mengharapkan agar untuk semua barang dan jasa yang dibeli diikuti dengan pemberian layanan purna jual yang baik. Layanan purna jual yang dimaksud dapat berupa tanggung jawab produsen dan atau penjual, yang antara lain dicerminkan melalui hal-hal berikut ini:

Untuk Barang:

- a. Jaminan penggantian untuk barang yang tidak sesuai spesifikasi atau rusak
- b. Jaminan pemeliharaan barang untuk waktu tertentu
- c. Penyediaan tempat-tempat perbaikan
- d. Penyediaan tempat-tempat penjualan suku cadang
- e. Penyediaan tempat-tempat menerima pengaduan atau klaim dari konsumen

Untuk Jasa:

Jaminan penggantian kerugian atas:

- a. Kegagalan pemberian jasa
- b. Terputusnya pemberian jasa
- c. Pembatalan sepihak pemberian jasa oleh penyedia jasa.

Mengetahui uraian tersebut, dapat diambil pengertian pelayanan purna jual merupakan suatu aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam rangka memuaskan konsumen pasca pembelian atas barang dan jasa yang telah dibelinya dari perusahaan tersebut. Secara umum pelayanan purna jual yang diberikan oleh perusahaan untuk menjamin konsumen terhadap pemakaian produk. Apabila dikemudian hari muncul keluhan dari konsumen terhadap kelemahan-kelemahan dari produk perusahaan disamping keunggulan-keunggulan yang diberikan telah dijanjikan oleh perusahaan.

2. Bentuk-bentuk Layanan Purna Jual

Pemberian layanan purna jual kepada pelanggan biasanya diberikan sebagai tanggung jawab penjualan atas kualitas barang yang dijualnya. Menurut Barata (2003:290) layanan purna jual dapat diberikan dalam bentuk konsultasi lanjutan, atau garansi berupa penggantian barang rusak, pemeliharaan, penyediaan suku cadang dan sebagainya

a. Garansi

Konsumen biasanya membeli berdasarkan kinerja produk, bukan karakteristik produk. Konsumen membeli produk dengan pengharapan kinerja dan dalam pilihan pembeliannya akan mempertimbangkan kebijakan yang dimiliki perusahaan untuk janji dukungan atau bantuan. Garansi umumnya menyediakan suatu jaminan tertulis berbagai tanggung jawab produsen manakala sebuah produk tidak berkinerja secara memadai. Garansi menurut Tjiptono (2006:165) adalah jaminan istimewa atau mutlak yang dirancang

untuk meringankan resiko atau kerugian pelanggan yang tidak puas dengan suatu produk atau jasa yang telah dibayarnya. Garansi diberikan setelah konsumen membeli produk maupun jasa yang ditawarkan oleh produsen, garansi seringkali disertai janji pengembalian ulang, reparasi atau pengerjaan ulang.

Tujuan perusahaan memberikan garansi adalah memberikan ketentraman pada konsumen yang mereka butuhkan agar membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan, kekhawatiran membeli dari suatu perusahaan dapat diimbangi oleh perusahaan dengan memberikan garansi yang kuat (Simamora, 2000:548) Garansi bermanfaat untuk membantu melindungi perusahaan terhadap klaim yang tidak masuk akal dengan membatasi kewajiban perusahaan. Apabila garansi menawarkan ketentraman yang memadai kepada para pembeli maka garansi dapat menjadi salah satu faktor yang bisa membujuk mereka agar membeli dan khususnya bila jaminan produsen melebihi produsen lainnya (Simamora, 2000:549).

b. **Pemeliharaan**

Pemeliharaan memiliki arti yang sama dengan perawatan dan juga pembetulan atau reparasi (Indrajit dan Djokopranoto, 2003:28). Menurut Rismiati & Bondan (2001:119) reparasi atau perbaikan adalah kualitas dari pelayanan *service* yang tersedia untuk pembeli dari produk yang bersangkutan atau diterapkan oleh perusahaan agar dapat memudahkan konsumen untuk mengatasi berbagai keluhan-keluhan maupun kerusakan yang dialaminya

secara tepat dan cepat. Oleh karena itu pemeliharaan peralatan sangat dibutuhkan oleh konsumen yang membeli produk dari suatu perusahaan untuk mengetahui produk yang dimilikinya apakah masih layak untuk digunakan atau memerlukan perbaikan untuk mengembalikan ke kapasitasnya semula.

Selain itu menurut Indrajit dan Djokopranoto (2003:28) pemeliharaan dapat dibedakan sebagai berikut:

- a) **Pemeliharaan Rutin**
Pemeliharaan jenis ini bersifat rutin dan terus-menerus dilakukan, yang bertujuan agar peralatan tetap berjalan dengan lancar dan mulus. Dalam jenis pemeliharaan ini biasanya tidak diperlukan penggantian suku cadang.
- b) **Pemeliharaan Pencegahan**
Pemeliharaan jenis ini dilakukan untuk mencegah agar peralatan tersebut jangan sampai rusak dan tidak dapat digunakan sementara tengah diperlukan. Dilakukan secara terencana dan terjadwal sejak semula. Pada pemeliharaan jenis ini penggantian suku cadang dilakukan sebelum benar-benar rusak dan tidak dapat digunakan lagi.
- c) **Pemeliharaan Besar**
Pemeliharaan besar dilakukan setiap periode tertentu. Periode ini dapat ditentukan berdasarkan waktu tetap atau berdasarkan masa penggunaan.
- d) **Pemeliharaan Karena Rusak**
Pemeliharaan jenis ini dilakukan secara terpaksa karena peralatan rusak secara mendadak. Biasanya tidak diantisipasi terlebih dahulu dan terjadi karena berbagai sebab seperti pemeliharaan besar yang dilakukan sangat terlambat, kurang atau tidak dilakukan pemeliharaan rutin atau pencegahan, salah operasi, peralatan dibebani secara berlebihan melebihi kapasitas dan sebagainya.
- e) **Pemeliharaan Darurat**
Pemeliharaan ini hampir sama dengan pemeliharaan karena rusak, hanya saja jenis pemeliharaan ini terpaksa dilakukan karena alasan yang tidak dapat diduga sebelumnya seperti kebakaran, banjir dan sejenisnya.

Berdasarkan uraian diatas jasa reparasi atau pemeliharaan diterapkan oleh perusahaan agar dapat memudahkan konsumen untuk mengatasi berbagai keluhan-keluhan maupun kerusakan yang dialaminya secara tepat dan cepat.

c. Suku Cadang

Menurut Indrajit dan Djokopranoto (2003:74) suku cadang merupakan suatu perlengkapan atau peralatan tertentu yang membuat biasanya hanya satu pabrik atau setidaknya jumlah pabrik sangat terbatas, biasanya tidak tersedia secara siap ada di pasaran kecuali jenis suku cadang umum. Klasifikasi suku cadang menurut Indrajit dan Djokopranoto (2003:74) berdasarkan penggunaannya:

- a) Suku Cadang Habis Pakai
Ini adalah suku cadang untuk pemakaian biasa, yaitu yang akan haus dan rusak karena gesekan, tegangan, kena panas dan sebagainya. Kerusakan suku cadang jenis ini dapat terjadi sewaktu-waktu. Oleh karena itu penyediaan suku cadang oleh dealer ini harus sedemikian rupa karena apabila dibutuhkan sewaktu-waktu tetap tersedia atau dapat diadakan dalam waktu singkat sehingga tidak mengganggu jalannya peralatan.
- b) Suku Cadang Pengganti
Ini adalah jenis suku cadang yang pengantiannya biasanya dilakukan pada waktu *overhaul*, yaitu pada waktu diadakan besar-besaran. Waktu *overhaul* ini biasanya ditentukan oleh perusahaan sesuai dengan rekomendasi
- c) Suku Cadang Jaminan
Ini adalah suku cadang yang biasanya tidak pernah rusak, tetapi dapat rusak dan apabila rusak dapat menghentikan kegiatan. Suku cadang ini biasanya bentuknya besar, harganya mahal dan waktu pembuatannya lama.

Kategori suku cadang menurut Indrajit dan Djokopranoto (2003:75) yang biasa dipakai perusahaan antara lain:

- a) Suku Cadang Rutin
Ini adalah suku cadang yang biasa digunakan selama operasi sehari-hari, jadi kira-kira sama dengan pengertian suku cadang habis pakai dalam jenis pembagian di atas.
- b) Suku Cadang *Overhaul*
Ini adalah suku cadang yang secara normal digunakan pada waktu *overhaul*, yang berarti akan habis digunakan dalam satu kali *overhaul*, jadi sama dengan jenis suku cadang pengganti dalam jenis pembagian di atas.
- c) Suku Cadang Kemudahan
Ini adalah suku cadang dalam bentuk rakitan atau *assembly* yang akan mempermudah dan mempercepat pengantiannya (memperkecil waktu perbaikan) dibandingkan dengan penggantian suku cadang dalam bentuk suku cadang yang kecil-kecil
- d) Suku Cadang Perpanjangan
Ini adalah suku cadang yang diadakan sebagai jaminan, yang pasti akan rusak walaupun biasanya dalam waktu yang lama sekali.
- e) Suku Cadang untuk Kerusakan Besar
Ini adalah suku cadang yang diadakan sebagai jaminan, yang akan diperlukan sewaktu-waktu terjadi kerusakan hebat, tetapi mungkin juga tidak akan pernah sepanjang hidup ekonomis peralatan yang bersangkutan.

C. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) terhadap pembelian tergantung pada kinerja nyata sebuah produk, relatif terhadap harapan pembeli. Jika kinerja produk kurang dari harapan, maka pelanggan kecewa. Jika kinerja sepadan dengan harapan pelanggan maka pelanggan akan puas atau senang. Bagi perusahaan yang berorientasi jangka panjang, kepuasan pelanggan harus dijadikan salah satu tujuan dari strategi perusahaan, hal ini dikarenakan persepsi pelanggan menentukan apakah pelanggan tersebut akan tetap menggunakan produk atau jasa perusahaan atau bahkan beralih pada perusahaan lain.

Menurut Kotler dan Amstrong (2001: 298) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan menurut Engel *et.al* yang dikutip oleh Tjiptono (1997:24) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.

1. Pengertian Pelanggan

Pada dasarnya pelanggan adalah semua orang yang mempunyai peranan penting dalam bisnis, karena kelangsungan perusahaan sangat tergantung dari loyalitas para pelanggan kepada perusahaan (Barata, 2003:32). Secara umum, pelanggan dapat diartikan sebagai orang atau organisasi dalam rantai distribusi dan keputusan yang kegiatannya dapat mempengaruhi pembelian produk jasa. Pelanggan adalah setiap orang, unit atau pihak dengan siapa perusahaan bertransaksi, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyediaan produk. Pelanggan tersebut merupakan orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses menghasilkan produk.

2. Konsep Kepuasan Pelanggan

Pencapaian kepuasan merupakan proses yang perlu disadari, kompleks dan rumit. Dalam hal ini peranan individu dalam *service encounter* sangatlah penting dan berpengaruh terhadap kepuasan yang dibentuk. Untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara lebih baik, maka perlu dipahami pula sebab-sebab kepuasan. Pelanggan tidak hanya lebih kecewa pada jasa dari pada barang,

tetapi mereka juga mengeluh, salah satu alasannya adalah karena mereka juga ikut terlibat dalam proses penciptaan jasa.

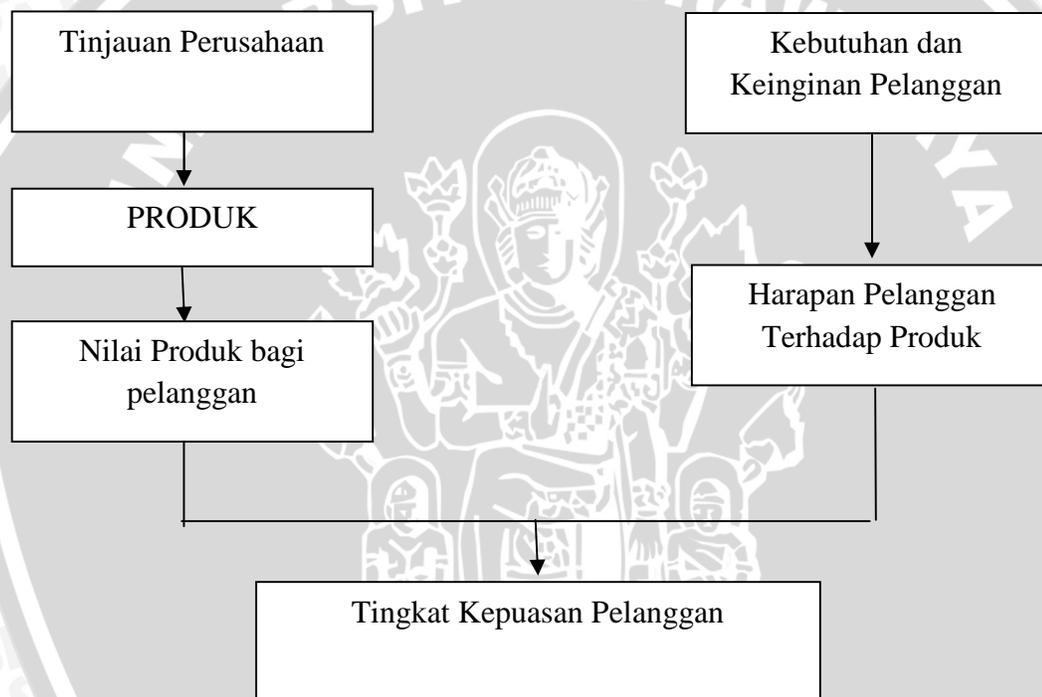
Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan (Susanto,1999: 52). Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum. Apabila kinerja di bawah harapan, pelanggan mungkin akan kecewa, dan jika kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan puas, sedangkan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas, senang atau gembira. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman pembelian terdahulu, komentar teman dan kenalannya, serta janji dan informasi pemasar dan saingannya (Susanto, 1999: 52).

Pada Gambar 1 dapat diketahui bahwa tujuan perusahaan adalah menghasilkan produk dimana produk tersebut mempunyai nilai lebih bagi pelanggan. Kebutuhan dan keinginan pelanggan akan menimbulkan harapan pelanggan tersebut dengan cara membuat produk yang mempunyai nilai lebih bagi pelanggan sehingga tercipta kepuasan pelanggan.

Isyarat intrinsik berkaitan dengan output dan penyampaian jasa itu sendiri. Pelanggan akan bergantung pada isyarat ini apabila berada ditempat pembelian atau jika isyarat intrinsik itu merupakan *search quality* dan memiliki nilai prediktif yang tinggi. Sedangkan yang dimaksud isyarat ekstrinsik adalah unsur-unsur yang merupakan pelengkap bagi suatu jasa. Isyarat ini dipergunakan dalam evaluasi jasa

jika dalam menilai isyarat intrinsik diperlukan banyak waktu dan usaha, dan apabila isyarat intrinsik tersebut merupakan *experience quality* dan *credence quality*. Isyarat ekstrinsik juga dipergunakan sebagai indikator kualitas jasa apabila tidak ada informasi isyarat intrinsik yang memadai.

Secara konseptual, kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1
Konsep Kepuasan Pelanggan

Sumber: Tjiptono (1997:25)

3. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Sebagaimana penulis ungkapkan diatas bahwasanya sekarang ini dimana tingkat persaingan bisnis yang semakin tajam, tentunya bagi perusahaan yang

berorientasi kepada konsumen harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Menurut Tjiptono (2006:366) ada 6 Konsep inti mengenai objek pengukuran kepuasan pelanggan yaitu:

a. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya ada dua bagian dalam proses pengukuran, pertama mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan yang bersangkutan. Kedua menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk atau jasa para pesaing.

b. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Berbagai penelitian memilih kepuasan pelanggan kedalam komponen-komponennya. Umumnya proses semacam ini terdiri atas empat langkah, pertama mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua meminta pelanggan menilai produk atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan atau keramahan staf layanan pelanggan. Ketiga meminta pelanggan menilai produk atau jasa pesaing berdasarkan spesifik yang sama. Keempat meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

c. Konfirmasi Harapan

Dalam konsep ini kepuasan tidak diukur langsung namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting

d. Minat Pembelian Ulang.

Kepuasan pelanggan diukur secara behavior dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan.

e. Kesiediaan untuk Merekomendasi

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti.

f. Ketidak Puasan Pelanggan

Beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan meliputi komplain, retur atau pengembalian produk, biaya garansi, penarikan kembali produk dari pasar dan konsumen yang beralih ke pesaing.

4. Tingkat Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan mungkin akan kecewa, dan jika kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan puas, sedangkan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas, senang atau gembira. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman pembelian terdahulu, komentar teman dan kenalannya, serta janji dan informasi pemasar dan saingannya (Susanto,1999:52)

5. Atribut-Atribut Pembentukan Kepuasan Pelanggan

Atribut-atribut pembentuk kepuasan pelanggan adalah kesesuaian harapan yang merupakan gabungan dari kemampuan suatu produk dari produsen yang diandalkan, sehingga suatu produk yang dihasilkan dapat sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh produsen. Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (1997: 26) mengevaluasi jasa yang bersifat *intangible*, konsumen pada umumnya menggunakan beberapa atribut atau faktor berikut:

- a. Bukti Langsung, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi.
- b. Keandalan, yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- c. Daya tanggap, yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

- d. Jaminan, mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf yang bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- e. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut dapat diketahui segala upaya yang dilakukan perusahaan untuk memuaskan para pelanggannya dan kemudian pelanggan memberikan umpan balik dengan menceritakan pengalamannya setelah menggunakan jasa dari suatu perusahaan.

D. Hubungan Pelayanan Purna Jual dengan Kepuasan Pelanggan

Kegiatan pelayanan purna jual diberikan oleh perusahaan sebagai suatu pelayanan yang dilakukan setelah berlangsungnya jual beli. Pelayanan purna jual harus dimasukkan ke dalam setiap kegiatan agar dapat dikelola secara efisien, mulai dari mendesain produk sampai kepenjualan pertama, yang diharapkan menyebabkan terjadinya pembelian ulang. Apabila perusahaan mempunyai kebijaksanaan untuk memberikan layanan purna jual maka pelayanan purna jual merupakan bentuk jaminan dan tanggung jawab perusahaan kepada pelanggan, layanan dalam bentuk jaminan ini merupakan faktor yang menunjang kesempurnaan untuk kepuasan pelanggan Barata (2003:276).

Peranan pelayanan purna jual yang utama adalah untuk mempertahankan pelanggan. Selain itu bisa menjadi refrensi bagi calon konsumen lain sehingga dapat menciptakan konsumen baru. Pada dasarnya pemberian pelayanan purna jual sangatlah penting dalam menjalin kelanggengan hubungan antara perusahaan dengan

pelanggan, sebab pelayanan purna jual merupakan tanggung jawab bagi perusahaan terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen. Beberapa perusahaan sudah lama menyadari bahwa produk yang hebat tidaklah cukup untuk menarik pelanggan, yang lebih penting adalah membuat para pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut.

E. Model Konsepsi dan Hipotesis

1. Model Konsepsi

Pada penelitian ini terdapat 2 konsep yaitu: Pelayanan Purna Jual dan Kepuasan Pelanggan sehubungan dengan pengaruh yang tampak pelayanan diberikan kepada pelanggan dalam hal ini adalah perusahaan X.

Penelitian ini menggunakan model konsep seperti Gambar 2 berikut ini:



Gambar 2
Model Konsep

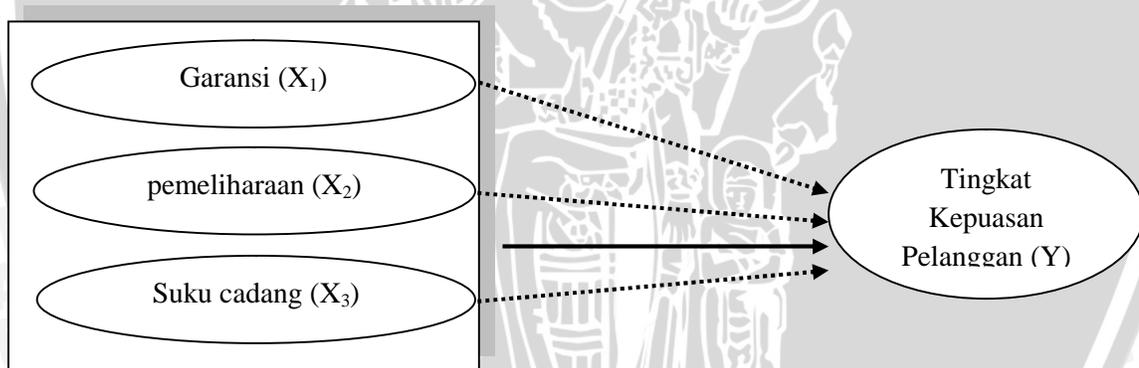
Berdasarkan model dapat diketahui adanya hubungan dan Pengaruh Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Model Hipotesis

Barata (2003:290) "Layanan Purna Jual dapat diberikan dalam bentuk konsultasi lanjutan, atau garansi penggantian barang rusak, pemeliharaan,

penyediaan suku cadang. Hipotesis harus dibuktikan kebenarannya karena masih merupakan dugaan. Maka dapat disimpulkan hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Dari model konsep diatas terlihat bahwa konsep penelitian ini ada 2 yaitu Pelayanan Purna Jual dan Kepuasan Pelanggan. Kedua konsep tersebut mempunyai variabel-variabel dan indikator-indikator yang berhubungan dengan konsep, sebagaimana disajikan pada Gambar 3:



Gambar 3
Model Hipotesis

Keterangan:

- - - - -> : Pengaruh secara parsial
- > : Pengaruh secara bersama-sama

Dari model hipotesis di atas, maka rumusan hipotesisnya adalah:

1. Adanya pengaruh secara bersama-sama antara variabel dari Pelayanan Purna Jual yang terdiri dari Garansi (X_1), Pemeliharaan (X_2), Suku Cadang (X_3) terhadap variabel dari Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y).
2. Adanya pengaruh secara parsial antara variabel Pelayanan Purna Jual yang terdiri dari Garansi (X_1), Pemeliharaan (X_2), dan Suku Cadang (X_3), terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y).
3. Variabel Garansi (X_1), merupakan variabel yang dominan terhadap variabel dari Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y).



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Menurut Singarimbun dalam Singarimbun dan Effendi (Ed, 2006:5) menjelaskan bahwa penelitian *explanatory* adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Maka penelitian tersebut tidak lagi dinamakan penelitian deskriptif melainkan penelitian pengujian hipotesa atau penelitian penjelasan (*explanatory research*).

B. Lokasi Penelitian

Pemilihan lokasi merupakan masalah yang perlu diperhatikan karena ikut berperan dalam membantu berhasil atau tidaknya suatu penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini dilakukan pada CV. Bahagia Putra Motor Jalan Danau Toba Blok E 1 No. 21 Sawojajar Malang. Pemilihan tempat penelitian ini didasarkan pertimbangan lokasi yang strategis dan karena perusahaan telah menerapkan pemberian garansi mesin pada setiap produk yang dijual serta melaksanakan pemasaran yang mencakup 3S sesuai dengan standart yang diberikan Yamaha yaitu: *Sales, Service, sparepart*. Jadi perusahaan tidak hanya menjual tetapi juga melengkapi dengan jasa lain yang mendukung yakni jasa pemeliharaan atau reparasi

dan penyediaan suku cadang yang dibutuhkan oleh konsumen. Selain itu CV. Bahagia Putra Motor juga memberikan layanan purna jual yang sesuai dengan konsep penelitian.

C. Konsep, Variabel, Definisi Operasional, dan Skala Pengukuran

1. Konsep

Konsep merupakan perangkat pokok dalam suatu penelitian untuk menggambarkan secara tepat fenomena yang hendak diteliti. Menurut Singarimbun dalam Singarimbun dan Effendi (Ed, 2006:34), konsep adalah abstraksi mengenai suatu fenomena yang dirumuskan atas dasar generalisasi dari sejumlah karakteristik kejadian, keadaan, kelompok atau individu tertentu. Peran konsep dalam penelitian sangat besar karena hal inilah yang menghubungkan teori dan observasi, antara abstraksi dan realitas, sehingga dapat dikatakan bahwa konsep merupakan kata yang sifatnya abstrak, semakin dekat suatu konsep kepada fakta-fakta semakin mudah konsep tersebut diukur.

Sebuah konsep dapat diteliti secara empiris jika konsep tersebut dioperasionalkan dengan mengubah menjadi variabel yaitu mengambil atau memilih dimensi tertentu dari konsep yang mempunyai variasi nilai. Berdasarkan definisi tersebut maka konsep dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Pelayanan Purna Jual

Barata (2003:45) mengemukakan bahwa pada umumnya setiap pelanggan mengharapkan agar untuk semua barang dan jasa yang dibeli diikuti dengan

pemberian layanan purna jual yang baik. Layanan purna jual yang dimaksud dapat berupa tanggung jawab produsen dan atau penjual

b. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan (Susanto,1999: 52).

Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum. Apabila kinerja di bawah harapan, pelanggan mungkin akan kecewa, dan jika kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan puas, sedangkan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas, senang atau gembira. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman pembelian terdahulu, komentar teman dan kenalannya, serta janji dan informasi pemasar dan saingannya (Susanto,1999: 52).

2. Variabel

Agar konsep-konsep dapat diteliti, harus dioperasionalkan dengan mengubah dan menjabarkan menjadi variabel-variabel tertentu. Menurut Sugiyono (2011:38) variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Menurut Arikunto (2010:161), variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian, variabel bebas atau *independent variabel* (X) sedangkan variabel tidak bebas, variabel tergantung, variabel terikat atau *dependent variabel* (Y). Variabel terikat adalah variabel yang

tergantung pada variabel lain, sedangkan variabel bebas adalah variabel yang dapat dipengaruhi variabel lain.

Variabel dalam hal ini ada dua yaitu variabel bebas (*independent variabel*) yang terdiri dari pemberian Garansi (X_1), Pemeliharaan (X_2), dan Suku Cadang (X_3) sedangkan variabel terikat (*dependent variabel*) yaitu Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y).

3. Definisi Operasional

Menurut Simamora (2004:24) definisi operasional adalah definisi yang dibuat spesifik sesuai dengan kriteria pengujian atau pengukuran. Definisi operasional dibentuk dengan cara mencari indikator empiris konsep. Definisi operasional merupakan semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur suatu variabel, sehingga dapat menentukan apakah prosedur pengukuran yang sama akan dilakukan atau diperlukan prosedur pengukuran yang baru.

Berdasarkan konsep tersebut, maka definisi operasional dari variabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1.

4. Skala Pengukuran

Sugiyono (2011:93) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, cara pengukuran skala Likert ini adalah dengan menghadapkan responden dengan sebuah pertanyaan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban. Tiap pertanyaan atau pernyataan ini disediakan jawaban yang masing-masing memiliki tingkatan skor yang berbeda-beda. Skala dalam penelitian ini terdiri dari 5 (lima) alternatif jawaban. Skala

ini mengandung variasi nilai yang bertingkat-tingkat dari objek penelitian melalui jawaban yang diberi nilai dengan interval 1 sampai 5.

Pemberian skor dimulai dengan angka 1 sampai 5, dengan perincian dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 1 Operasionalisasi Variabel

Konsep	Variabel	Indikator
Layanan Purna Jual	Garansi (X_1)	$X_{1.1}$ Jaminan harga yang bersaing $X_{1.2}$ Jaminan penggantian produk yang tidak sesuai dengan spesifikasi $X_{1.3}$ Jaminan atas kinerja barang yang ditawarkan $X_{1.4}$ Kemudahan dalam mengurus garansi
	Pemeliharaan (X_2)	$X_{2.1}$ Kecepatan dalam melakukan perbaikan $X_{2.2}$ Ketelitian mekanik $X_{2.3}$ Mekanik memberi informasi yang jelas $X_{2.4}$ Pemberitahuan tentang penggantian komponen $X_{2.5}$ Saran alternatif melakukan penggantian
	Suku Cadang (X_3)	$X_{3.1}$ Suku cadang lengkap $X_{3.2}$ Kualitas suku cadang baik $X_{3.3}$ Harga suku cadang relatif murah $X_{3.4}$ Jaminan keaslian suku cadang
Kepuasan Pelanggan	Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y)	Y_1 Kepuasan akan garansi Y_2 Kepuasan akan pemeliharaan Y_3 Kepuasan akan ketersediaan suku cadang

Tabel 2. Skala Pengukuran Variabel Penelitian

Kriteria	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Likert (Sugiyono, 2010:133)

D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.

1. Populasi

Menurut Bungin (2008:99), populasi merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga obyek-obyek ini dapat menjadi sumber data penelitian. Menurut Sugiyono (2011:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Obyek penelitian dapat berupa makhluk hidup, benda-benda, sistem dan prosedur, fenomena dan lain-lain. Populasi dari penelitian ini adalah Karakteristik populasi merek Yamaha Cabang Malang, yaitu mereka yang menggunakan produk merek Yamaha, adanya batasan kilometer yang telah ditentukan dan adanya jangka waktu Service yang diberikan.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2011:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, waktu, dan tenaga maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, sehingga untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus Machin & Champbell (1987:89) sebagai berikut:

$$Up = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+r}{1-r} \right) + \frac{r}{2(n-1)}$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(Up)^2} + 3$$

$$Up = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+r}{1-r} \right)$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

Z_{α} = harga yang diperoleh dari tabel distribusi normal baku dengan α yang telah ditentukan

Z = harga yang diperoleh dari tabel distribusi normal baku dengan β yang telah ditentukan

r = koefisien korelasi terkecil yang diharapkan dapat dideteksi secara signifikan

Berdasarkan pertimbangan bahwa nilai r terendah yang diperkirakan akan diperoleh melalui penelitian ini adalah $r = 0,30$ kemudian $0,10$ pada pengukuran dua arah. Dan $0,05$, maka diperoleh n (minimal) 116 orang responden.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini, pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*, yaitu mengambil responden sebagai sampel secara kebetulan. Menurut Sugiyono (2011:85) *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Keuntungan dari pada teknik ini adalah terletak pada ketepatan peneliti memilih sumber data sesuai dengan variabel yang diteliti. Sampel penelitian ini adalah Pelanggan *service* CV. Bahagia Putra Motor Malang.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis Data Primer. Hasan (2002:82) menyatakan bahwa, "Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau

yang bersangkutan yang memerlukannya”. Data primer dalam penelitian ini merupakan jawaban dari responden yang ada pada kuesioner.

2. Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang relevan, dalam suatu penelitian dibutuhkan alat yang tepat, sehingga akan memungkinkan dirumuskannya generalisasi yang obyektif dan akhirnya akan tercapai tujuan penelitian ini. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Respon dari responden yang berupa jawaban-jawaban dari pertanyaan yang ada dalam kuesioner untuk kemudian diolah dan dianalisis dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2011:142) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

F. Validitas dan Reliabilitas

Instrumen pengumpulan data yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel.

1. Uji Validitas

Suatu instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut mampu mengukur apa yang diinginkan dan mampu mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat (Arikunto, 2010:211). Untuk menguji validitas alat ukur terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan

dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan. Hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti, (Sugiyono, 2011:121).

Validitas instrumen dapat diuji dengan menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total dari variabel yang diuji validitasnya. Untuk menguji validitas instrumen penelitian ini digunakan teknik korelasi *Product Moment* dalam Arikunto (2010:213) adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

n = Banyaknya sampel

X = Item/pertanyaan

Y = Total Variabel

Valid tidaknya suatu item instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *Product Moment Pearson* dengan level 5%. Apabila probabilitas hasil korelasi lebih besar dari 0.05 (5%), maka instrumen dinyatakan tidak valid.

Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor jawaban instrumen dengan skor total instrumen, dikatakan valid apabila nilai koefisien antar item dengan total item mempunyai taraf signifikan dibawah atau sama dengan 0.05 (5%).

2. Uji Reliabilitas

Kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila dicobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama. Menurut Arikunto (2010:221) reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Apabila instrumen penelitian memberikan hasil ukuran yang sama terhadap suatu gejala pada waktu berlainan, maka dapat dikatakan suatu instrumen sudah reliabel sebagai alat pengumpul data. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan mengkorelasikan skor antar item dalam instrumen penelitian tersebut. Suatu instrumen tersebut dikatakan reliabel apabila pemilik *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,6 (0,6).

Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan menguji skor antar item dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* (Arikunto, 2010:239) yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya Pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_1^2 = Jumlah varians total

3. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan bantuan program *software* SPSS 16.00 *for windows* dalam melakukan analisis untuk mendapatkan hasil uji validitas dan uji reliabilitasnya. Hasilnya dikelompokkan per variabel sebagai berikut:

a. Hasil Uji Validitas dan reliabilitas Variabel Garansi

Hasil uji validitas dan reliabilitas Garansi (X_1) yang ditunjukkan pada Tabel 3. Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa semua indikator Garansi (X_1) mempunyai tingkat probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), sehingga keseluruhan dari indikator tersebut dinyatakan valid. Hasil perhitungan reliabilitas *Alpha Cronbach* diperoleh 0,611 yang lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan reliabel dari indikator tersebut.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Garansi (X_1)

No	Korelasi	Koefisien korelasi (R)	Probabilitas	Keterangan
1	$X_{1.1} - X_1$	0,653	0,000	Valid
2	$X_{1.2} - X_1$	0,634	0,000	Valid
3	$X_{1.3} - X_1$	0,768	0,000	Valid
4	$X_{1.4} - X_1$	0,654	0,000	Valid
Koefisien Reliabilitas(<i>Alpha Cronbach</i>) = 0,611				Reliabel

Sumber : data primer diolah

b. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Pemeliharaan (X_2)

Hasil uji validitas dan reliabilitas Pemeliharaan (X_2) yang ditunjukkan pada Tabel 4.

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa dari indikator Pemeliharaan (X_2) mempunyai tingkat probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), sehingga keseluruhan dari indikator tersebut dinyatakan valid. Hasil perhitungan reliabilitas *Alpha Cronbach* diperoleh 0,627 yang lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan reliabel untuk keseluruhan dari indikator tersebut.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pemeliharaan (X_2)

No	Korelasi	Koefisien korelasi (R)	Probabilitas	Keterangan
1	$X_{2.1} - X_2$	0,695	0,000	Valid
2	$X_{2.2} - X_2$	0,630	0,000	Valid
3	$X_{2.3} - X_2$	0,548	0,000	Valid
4	$X_{2.4} - X_2$	0,750	0,000	Valid
5	$X_{2.5} - X_2$	0,573	0,000	Valid
Koefisien Reliabilitas(<i>Alpha Cronbach</i>) = 0,627				Reliabel

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa dari indikator Pemeliharaan (X_2) mempunyai tingkat probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), sehingga keseluruhan dari indikator tersebut dinyatakan valid. Hasil perhitungan reliabilitas *Alpha Cronbach* diperoleh 0,627 yang lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan reliabel untuk keseluruhan dari indikator tersebut.

c. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Suku Cadang (X_3)

Hasil uji validitas dan reliabilitas Suku Cadang (X_3) yang ditunjukkan pada Tabel 5.

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa semua indikator Suku Cadang (X_3) mempunyai tingkat probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), sehingga keseluruhan indikator tersebut dinyatakan valid. Hasil perhitungan reliabilitas *Alpha Cronbach* diperoleh 0,655 yang lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan reliabel untuk keseluruhan indikator tersebut.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Suku Cadang (X_3)

No	Korelasi	Koefisien korelasi (R)	Probabilitas	Keterangan
1	$X_{3.1} - X_3$	0,682	0,000	Valid
2	$X_{3.2} - X_3$	0,744	0,000	Valid
3	$X_{3.3} - X_3$	0,758	0,000	Valid
4	$X_{3.4} - X_3$	0,624	0,000	Valid
Koefisien Reliabilitas (<i>Alpha Cronbach</i>) = 0,655				Reliabel

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa semua indikator Suku Cadang (X_3) mempunyai tingkat probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), sehingga keseluruhan indikator tersebut dinyatakan valid. Hasil perhitungan reliabilitas *Alpha Cronbach* diperoleh 0,655 yang lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan reliabel untuk keseluruhan indikator tersebut.

d. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil uji validitas dan reliabilitas Tingkat Kepuasan pelanggan (Y) yang ditunjukkan pada Tabel 6

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa semua indikator Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) mempunyai tingkat probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), sehingga keseluruhan indikator tersebut dinyatakan valid. Hasil perhitungan reliabilitas *Alpha Cronbach* diperoleh 0,606 yang lebih besar dari 0,6 sehingga keseluruhan indikator tersebut dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Korelasi	Koefisien korelasi (R)	Probabilitas	Keterangan
1	Y ₁ - Y	0,744	0,000	Valid
2	Y ₂ - Y	0,773	0,000	Valid
3	Y ₃ - Y	0,713	0,000	Valid
Koefisien Reliabilitas(<i>Alpha Cronbach</i>) = 0,606				Reliabel

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa semua indikator Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) mempunyai tingkat probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), sehingga keseluruhan indikator tersebut dinyatakan valid. Hasil

perhitungan reliabilitas *Alpha Cronbach* diperoleh 0,606 yang lebih besar dari 0,6 sehingga keseluruhan indikator tersebut dapat dinyatakan reliabel.

G. Teknik Analisis

Analisis data seringkali menggunakan statistik. Salah satu pokok statistik yaitu menyederhanakan data informasi yang lebih sederhana dan mudah dipahami. Adapun analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2011:147) analisis statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya. Analisis ini digunakan untuk menggambarkan karakteristik lokasi penelitian, objek penelitian dan serta distribusi item-item dari masing-masing variabel. Data yang dikumpulkan selanjutnya akan diedit dan diolah kemudian didistribusikan ke dalam tabel, selanjutnya akan dibahas secara deskriptif, dengan pemberian angka dalam jumlah responden dan persentase.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis pengaruh setiap variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dua atau lebih variabel bebas dengan cara bersama terhadap satu variabel terikat. Simamora (2004:339) menjelaskan regresi liner berganda digunakan apabila variabel independen berjumlah dua atau lebih.

Persamaan untuk n variabel adalah

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan :

- Y = Tingkat Kepuasan Pelanggan
 X = Variabel Bebas yang terdiri dari Garansi (X₁), Pemeliharaan (X₂), Suku cadang (X₃)
 a = Konstanta
 b₁, b₂, b_n = Koefisien regresi

Uji statistik F digunakan untuk menguji persamaan regresi secara keseluruhan yaitu apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variasi variabel terkait.

Menurut Malhotra (2010:235), rumus Uji F dijelaskan sebagai berikut:

$$F = \frac{\frac{s^2}{k}}{\frac{(1-R^2)}{(n-k-1)}}$$

Keterangan :

- F = rasio
 R = korelasi ganda
 k = jumlah variabel bebas
 n = banyaknya sampel

Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan, maka hipotesis penelitian yang dilakukan adalah :

- a. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_n = 0$, menunjukkan bahwa variabel Garansi (X_1), Pemeliharaan (X_2), Suku cadang (X_3) tidak mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y).
- b. $H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \dots \neq \beta_n \neq 0$, menunjukkan bahwa variabel Garansi (X_1), Pemeliharaan (X_2), Suku cadang (X_3) mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y).

Dari penjelasan tersebut dapat diketahui apabila probabilitas $F_{hitung} (p) \leq \alpha$ maka H_0 ditolak. Sebaliknya apabila probabilitas $F_{hitung} (p) \geq \alpha$, dimana α sebesar 0,05 maka H_0 diterima. Bila H_0 ditolak, berarti variabel-variabel bebas yang diuji mempunyai pengaruh secara bersama-sama dengan variabel terikat.

a. Pengujian Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji statistik F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh (X_1), Garansi (X_2), Pemeliharaan (X_3), dan Suku Cadang secara bersama-sama terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y).

Uji F dirumuskan sebagai berikut (Rangkuti, 2005:154)

$$F = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

F = Pendekatan distribusi normal

R = Koefisien determinan berganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Prediksi variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) adalah jika mempunyai syarat:

H_0 : menunjukkan bahwa variabel Garansi (X_1), Pemeliharaan (X_2), Suku Cadang (X_3), tidak mempunyai pengaruh terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y).

H_a : menunjukkan bahwa variabel Garansi (X_1), Pemeliharaan (X_2), Suku Cadang (X_3), mempunyai pengaruh terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y).

Uji F dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai dengan $\alpha = 0.05$ yaitu:

- 1) Jika probabilitas $F_{hitung} < 0.05$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima artinya bahwa variabel (X_1) Garansi, (X_2) Pemeliharaan, dan (X_3) Suku Cadang. secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y).
- 2) Jika probabilitas $F_{hitung} > 0.05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya bahwa variabel Garansi (X_1), Pemeliharaan (X_2), Suku Cadang (X_3), secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y).

b. Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat, sehingga digunakan uji t yang berfungsi menguji signifikansi pengaruh variabel independen dengan variabel dependen secara parsial dengan $\alpha = 5\%$. Adapun rumus Uji t dalam Rangkuti (2005:155)

$$t = \frac{b_1}{Sb_1}$$

Keterangan:

b_1 = Penduga bagi β_1

Sb_1 = Standart error bagi β_1

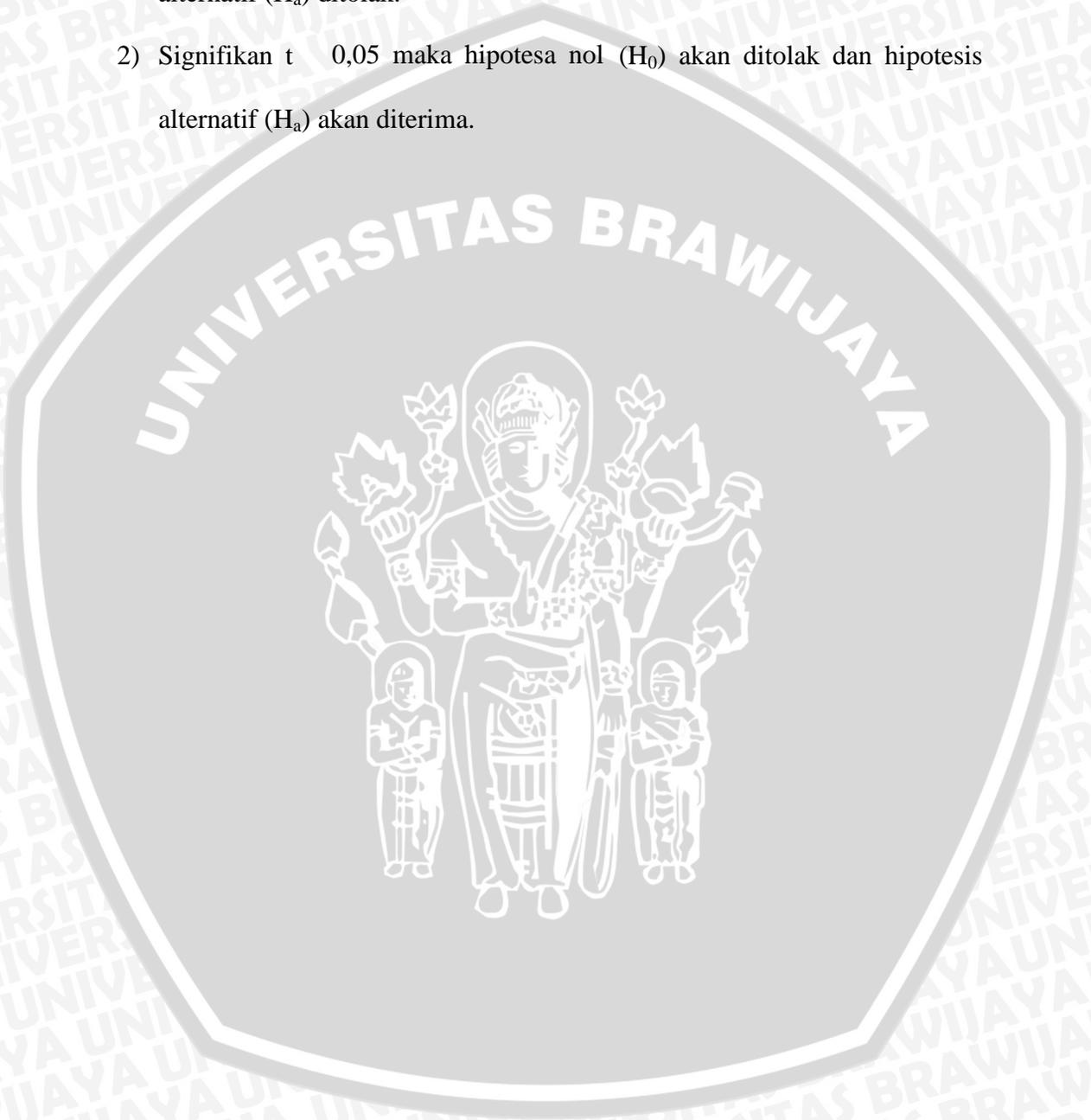
Pengujian ini dilakukan dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : artinya tidak ada pengaruh antara variabel Garansi (X_1), Pemeliharaan (X_2), Suku Cadang (X_3), terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y).

H_a : artinya terdapat pengaruh antara variable Garansi (X_1), Pemeliharaan (X_2), Suku Cadang (X_3), terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y).

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan besarnya taraf signifikansi (sig.) t_{hitung} pada penelitian dengan $\alpha = 0,05$. Penelitian ini penghitungan uji pengaruh parsial (uji-t) menggunakan SPSS versi 18 *for windows* dengan ketentuan yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut:

- 1) Signifikan $t > 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) akan diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak.
- 2) Signifikan $t < 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) akan ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) akan diterima.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di CV. Bahagia Putra Motor Malang Jalan Danau Toba Blok E 1 No 21 Sawojajar Malang, berdiri tahun 1996, jumlah karyawan di CV. Bahagia Putra Motor berjumlah 21 orang diantaranya 14 karyawan dan 7 mekanik. Bengkel CV. Bahagia Putra Motor merupakan bengkel resmi sepeda motor Yamaha. Beberapa hal yang dilakukan antara lain, menjadi yang terbaik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan (*Customer Satisfaction*) yaitu dengan memberikan perbaikan dan pelayanan terbaik di bengkel resmi Yamaha, selain itu CV. Bahagia Putra Motor memberikan layanan ketersediaan suku cadang resmi Yamaha, dimana suku cadang tersebut sama dengan komponen yang ada di setiap sepeda motor merek Yamaha sebagai suku cadang asli sepeda motor Yamaha.

B. Analisis Statistik Deskriptif

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini digunakan untuk mengetahui distribusi frekuensi jawaban responden dari hasil penyebaran kuesioner kepada 116 orang responden. Berikut disajikan tabel distribusi frekuensi jawaban responden pernyataan masing masing variabel dalam penelitian ini.

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan bengkel CV. Bahagia Putra Motor Jl. Danau Toba Blok E 1 no 21 Sawojajar Malang. Penelitian

dilakukan terhadap 116 orang responden melalui penyebaran kuesioner. Karakteristik responden disusun berdasarkan usia, jenis kelamin, memiliki sepeda bermotor, penggantian sepeda motor, merek yang digunakan, mengetahui bengkel resmi CV. Bahagia Putra Motor. Adapun gambaran umum tentang karakteristik dari responden yang diteliti sebagai berikut:

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Gambaran distribusi responden berdasarkan usia yang melakukan servis di bengkel CV. Bahagia Putra Motor dapat dilihat pada Tabel 7 berikut ini:

Tabel 7. Distribusi Usia Responden

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	20	5	4,3
2.	21 –30	53	45,7
3.	31 – 40	38	32,7
4.	41 –50	16	13,8
5.	51	4	3,4
Jumlah		116	100

Sumber : Data Primer diolah

Tabel 7 menunjukkan bahwa sebanyak 5 orang responden (4,3%) berusia 20 tahun, 53 orang responden (45,7%) berusia 21-30 tahun, 38 orang responden (32,7%) berusia 31-40 tahun, 16 orang responden (13,8%) berusia 41-50 tahun, 4 orang responden (3,4%) berusia 51 tahun. Dengan demikian responden terbanyak adalah usia 21-30 tahun dengan jumlah 53 orang responden (45,7%).

b. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambaran distribusi responden berdasarkan jenis kelamin yang melakukan servis di bengkel CV. Bahagia Putra Motor dapat dilihat pada Tabel 8 berikut ini:

Tabel 8. Distribusi Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	82	70,7
2.	Perempuan	34	29,3
Jumlah		116	100

Sumber : Data Primer diolah

Tabel 8 menunjukkan bahwa sebanyak 82 orang responden (70,7%) berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 34 orang responden (29,3%) berjenis kelamin perempuan. Dengan demikian kelompok responden berjenis kelamin laki-laki merupakan kelompok terbanyak.

c. Deskripsi Memiliki Sepeda Bermotor Responden

Gambaran distribusi responden berdasarkan sejak kapan memiliki sepeda bermotor responden yang melakukan servis di bengkel CV. Bahagia Putra Motor dapat dilihat pada Tabel 9 berikut ini:

Tabel 9. Distribusi Memiliki Sepeda Bermotor Responden

No	Memiliki Sepeda	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	< 1 Tahun	21	18,1
2.	1 – 2 Tahun	35	30,2
3.	> 2 Tahun	60	51,7
Jumlah		116	100

Sumber : Data Primer diolah

Tabel 9 menunjukkan bahwa sebanyak 21 orang responden (18,1%) memiliki sepeda bermotor < 1 tahun, 35 orang responden (30,2%) memiliki sepeda bermotor 1-2 tahun, 60 orang responden (51,7%)

memiliki sepeda bermotor >2 tahun. Dengan demikian Sejak kapan memiliki sepeda bermotor responden terbanyak adalah > 2 tahun dengan jumlah 60 orang responden (51,7%).

d. Deskripsi Responden Berdasarkan Penggantian Sepeda Bermotor

Gambaran distribusi responden berdasarkan penggantian sepeda bermotor responden yang melakukan servis di bengkel CV. Bahagia Putra Motor dapat dilihat pada Tabel 10 berikut ini:

Tabel 10. Distribusi Penggantian Sepeda Bermotor Responden

No	Penggantian sepeda	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	1 kali	15	12,9
2.	2 kali	35	30,2
3.	3 kali	53	45,7
4.	> 3 kali	13	11,2
Jumlah		116	100

Sumber : Data Primer diolah

Tabel 10 menunjukkan bahwa sebanyak 15 orang responden (12,9%) melakukan penggantian Sepeda bermotor 1 kali, 35 orang responden (30,2%) melakukan penggantian Sepeda bermotor 2 kali, 53 orang responden (45,7%) melakukan penggantian Sepeda bermotor 3 kali, 13 orang responden (11,2%) melakukan penggantian Sepeda bermotor >3 kali. Dengan demikian melakukan penggantian sepeda bermotor responden sebanyak 3 kali dengan jumlah 53 orang responden (45,7%).

e. Deskripsi Responden Berdasarkan Merek yang Pernah Digunakan

Gambaran distribusi responden berdasarkan merek yang melakukan servis di bengkel CV. Bahagia Putra Motor dapat dilihat pada Tabel 11 berikut ini:

Tabel 11. Distribusi Merek yang Pernah Digunakan Responden

No	Merek	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Yamaha	52	44,8
2.	Suzuki	27	23,3
3.	Honda	34	29,3
4.	Dan lain-lain	3	2,6
Jumlah		116	100

Sumber : Data Primer diolah

Tabel 11 menunjukkan bahwa sebanyak 52 orang responden (44,8%) merek yang pernah digunakan Yamaha, 27 orang responden (23,3%) merek yang pernah digunakan Suzuki, 34 orang responden (29,3%) merek yang pernah digunakan Honda, 3 orang responden (2,6%) merek yang pernah digunakan dan lain-lain. Dengan demikian merek yang sering digunakan responden adalah Yamaha dengan jumlah 52 orang responden (44,8%).

f. Deskripsi Responden Mengetahui Bengkel CV. Bahagia Putra Motor

Gambaran distribusi responden berdasarkan mengetahui bengkel servis di bengkel CV. Bahagia Putra Motor dapat dilihat pada Tabel 12 berikut ini:

Tabel 12. Distribusi Dari Mana Mengetahui Bengkel CV. Bahagia Putra Motor Responden

No	Sumber Informasi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Keluarga	32	27,6
2.	Teman	45	38,8
3.	Media Informasi	24	20,7
4.	Dan lain-lain	15	19,3
Jumlah		116	100

Sumber : Data Primer diolah

Tabel 12 menunjukkan bahwa sebanyak 32 orang responden (27,6%) mengetahui bengkel CV. Bahagia Putra Motor dari Keluarga, 45 orang responden (38,8%) mengetahui bengkel CV. Bahagia Putra Motor dari teman, 24 orang responden (20,7%) mengetahui bengkel CV. Bahagia Putra Motor dari media informasi, 15 orang responden (19,3%) mengetahui bengkel CV. Bahagia Putra Motor dari dan lain-lain. Dengan demikian dari mana mengetahui bengkel CV. Bahagia Putra Motor responden adalah Teman dengan jumlah 45 orang responden (38,8%).

2. Distribusi Variabel Penelitian

Penelitian ini membahas tentang pengaruh pelayanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan CV. Bahagia Putra Motor Malang. Untuk mengetahui distribusi atas jawaban responden terhadap variabel, yang terdiri dari Garansi (X_1), Pemeliharaan (X_2), Suku Cadang (X_3), terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) distribusi variabel penelitian akan diuraikan sebagai berikut :

a. Variabel Garansi (X_1)

Variabel Garansi terdiri 4 (empat) indikator pernyataan yang diajukan kepada responden mengenai Garansi. Hasil dari distribusi frekuensi jawaban variabel Garansi dapat dilihat dalam Tabel 13.

Pada Tabel 13 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden, terdapat 25 responden atau 21,55% yang menyatakan sangat setuju tentang Harga bersaing ($X_{1.1}$), yang menyatakan setuju sebanyak 68 orang responden atau 58,62%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 23 orang responden atau 19,83%. Dengan demikian frekuensi jawaban terbanyak untuk indikator

garansi harga bersaing ($X_{1.1}$) adalah setuju, dengan jumlah 68 orang responden (58,62%).

Untuk indikator kedua yaitu jaminan penggantian produk yang tidak spesifikasi ($X_{1.2}$) dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 28 orang responden atau 24,14%, yang menyatakan setuju sebanyak 66 orang responden atau 56,89%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 18 orang responden atau 15,52%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 orang responden atau 2,59%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang responden atau 0,86%. Dengan demikian frekuensi jawaban terbanyak untuk indikator penggantian produk yang tidak spesifikasi ($X_{1.2}$) adalah setuju, dengan jumlah 66 orang responden (56,89%).

Untuk Indikator ketiga yaitu jaminan atas kinerja ($X_{1.3}$) dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 26 orang responden atau 22,41%, yang menyatakan setuju sebanyak 53 orang responden atau 45,68%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 30 orang responden atau 25,86%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 7 orang responden atau 6,03%. Dengan demikian frekuensi jawaban terbanyak untuk indikator Jaminan atas kinerja ($X_{1.3}$) adalah setuju, dengan jumlah 53 orang responden (45,68%).

Untuk indikator keempat yaitu kemudahan pengurusan garansi ($X_{1.4}$) dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 orang responden atau 25,86%, yang menyatakan setuju sebanyak 57 orang responden atau 49,14%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 27 orang responden atau 23,28%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang

responden atau 1,72%. Dengan demikian frekuensi jawaban terbanyak untuk kemudahan pengurusan garansi ($X_{1.4}$) adalah setuju, dengan jumlah 57 orang responden (49,14%).

Tabel 13. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Garansi(X_1)

Indika Tor	Pernyataan									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	f	%	f	%	f	%
$X_{1.1}$	25	21,55	68	58,62	23	19,83	0	0,00	0	0,00
$X_{1.2}$	28	24,14	66	56,89	18	15,52	3	2,59	1	0,86
$X_{1.3}$	26	22,41	53	45,68	30	25,86	7	6,03	0	0,00
$X_{1.4}$	30	25,86	57	49,14	27	23,28	2	1,72	0	0,00

Sumber : Data Primer diolah

Keterangan :

SS = Sangat Setuju (5) TS = Tidak Setuju (2)

S = Setuju (4) STS = Sangat Tidak Setuju (1)

RR = Ragu-ragu (3)

b. Variabel Pemeliharaan (X_2)

Variabel Pemeliharaan terdiri 5 (lima) indikator pernyataan yang diajukan kepada responden mengenai Pemeliharaan, hasil dari distribusi frekuensinya dapat dilihat dalam Tabel 14 berikut:

Tabel 14. Distribusi Frekuensi Jawaban Pemeliharaan(X_2)

Indi kat Or	Pernyataan									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	f	%	f	%	f	%
$X_{2.1}$	32	27,58	66	56,89	17	14,65	1	0,86	0	0,00
$X_{2.2}$	35	30,17	69	59,48	11	9,48	1	0,86	0	0,00
$X_{2.3}$	29	25,00	55	47,41	29	25,00	3	2,58	0	0,00
$X_{2.4}$	26	22,41	60	51,72	23	19,83	7	6,03	0	0,00
$X_{2.5}$	20	17,24	51	43,96	35	30,17	10	8,62	0	0,00

Sumber : Data Primer diolah

Keterangan :

SS = Sangat Setuju (5) TS = Tidak Setuju (2)

S = Setuju (4) STS = Sangat Tidak Setuju (1)

RR = Ragu-ragu (3)

Pada Tabel 14 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden, terdapat 32 orang responden atau 27,58% yang menyatakan sangat setuju mekanik mengerjakan secara cepat ($X_{2.1}$), yang menyatakan setuju sebanyak 66 orang responden atau 56,89%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 17 orang responden atau 14,65%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang responden atau 0,86%. Dengan demikian frekuensi jawaban terbanyak untuk indikator mekanik mengerjakan secara cepat ($X_{2.1}$) adalah setuju, dengan jumlah 66 orang responden (56,89%).

Untuk indikator kedua yaitu mekanik mengerjakan secara teliti ($X_{2.2}$) dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 35 orang responden atau 30,17%, yang menyatakan setuju sebanyak 69 orang responden atau 59,48%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 11 orang responden atau 9,48%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang responden atau 0,86%. Dengan demikian frekuensi jawaban terbanyak untuk indikator mekanik mengerjakan secara teliti ($X_{2.2}$) adalah setuju, dengan jumlah 69 orang responden (59,48%).

Untuk indikator ketiga yaitu memberikan informasi yang jelas ($X_{2.3}$) dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 29 orang responden atau 25,00%, yang menyatakan setuju sebanyak 55 orang responden atau 47,41%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 29 orang responden atau 25,00%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 orang responden atau 2,58%. Dengan demikian frekuensi jawaban

terbanyak untuk indikator memberikan informasi yang jelas ($X_{2.3}$) adalah setuju, dengan jumlah 55 orang responden (47,41%).

Untuk indikator keempat yaitu memberitahukan tentang penggantian komponen ($X_{2.4}$) dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 26 orang responden atau 22,41%, yang menyatakan setuju sebanyak 60 orang responden atau 51,72%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 23 orang responden atau 19,83%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 7 orang responden atau 6,03%. Dengan demikian frekuensi jawaban terbanyak untuk indikator memberitahukan tentang penggantian komponen ($X_{2.4}$) adalah setuju dengan jumlah 60 orang responden (51,72%).

Untuk indikator kelima yaitu saran alternatif penggantian komponen ($X_{2.5}$) dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang responden atau 17,24%, yang menyatakan setuju sebanyak 51 orang responden atau 43,96%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 35 orang responden atau 30,17%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 10 orang responden atau 8,62%. Dengan demikian frekuensi jawaban terbanyak untuk indikator saran alternatif penggantian komponen ($X_{2.5}$) adalah setuju dengan jumlah 51 orang responden (43,96%).

c. Variabel Suku cadang (X_3)

Variabel Suku cadang terdiri 4 (empat) indikator pernyataan yang diajukan kepada responden mengenai Suku cadang, hasil dari distribusi frekuensinya dapat dilihat dalam Tabel 15 berikut:

Tabel 15. Distribusi Frekuensi Jawaban Suku cadang (X_3)

Indi Kat or	Pernyataan									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	f	%	F	%
$X_{3,1}$	28	24,13	57	49,13	24	20,68	7	6,03	0	0,00
$X_{3,2}$	22	18,96	65	56,03	26	22,41	3	2,58	0	0,00
$X_{3,3}$	28	24,13	53	45,68	33	28,44	2	1,72	0	0,00
$X_{3,4}$	16	13,79	64	55,17	29	25,00	7	6,03	0	0,00

Sumber : Data Primer diolah

Keterangan :

SS = Sangat Setuju (5) TS = Tidak Setuju (2)

S = Setuju (4) STS = Sangat Tidak Setuju (1)

RR = Ragu-ragu (3)

Pada Tabel 15 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 28 orang responden atau 24,13% yang menyatakan sangat setuju tentang indikator kelengkapan suku cadang ($X_{3,1}$), yang menyatakan setuju sebanyak 57 orang responden atau 49,13%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 24 orang responden atau 20,68%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 7 orang responden atau 6,03%. Dengan demikian frekuensi jawaban terbanyak untuk indikator kelengkapan suku cadang ($X_{3,1}$) adalah setuju, dengan jumlah 57 orang responden (49,13%).

Untuk indikator kedua yaitu kualitas suku cadang ($X_{3,2}$) dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 22 orang responden atau 18,96%, yang menyatakan setuju sebanyak 65 orang responden atau 56,03%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 26 orang responden atau 22,41%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 orang responden atau 2,58%. Dengan demikian frekuensi jawaban terbanyak untuk indikator kualitas suku cadang ($X_{3,2}$) adalah setuju dengan jumlah 65 orang responden (56,03%).

Untuk indikator ketiga yaitu Harga suku cadang relatif murah ($X_{3,3}$) dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 24 orang responden atau 24,13% yang menyatakan setuju sebanyak 53 orang responden atau 45,68%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 33 orang responden atau 28,44%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 responden atau 1,72%. Dengan demikian frekuensi jawaban terbanyak untuk indikator Harga suku cadang relatif murah ($X_{3,3}$) adalah ragu-ragu, dengan jumlah 53 orang responden (45,68%).

Untuk indikator keempat yaitu terjamin keasliannya ($X_{3,4}$) dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 16 orang responden atau 13,79%, yang menyatakan setuju sebanyak 64 orang responden atau 55,17%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 29 orang responden atau 25,00%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 7 orang responden atau 6,03%. Dengan demikian frekuensi jawaban terbanyak untuk indikator Terjamin keasliannya ($X_{3,4}$) adalah setuju, dengan jumlah 64 orang responden (55,17%).

d. Variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan terdiri 3 (tiga) indikator pernyataan yang diajukan kepada responden mengenai tingkat Kepuasan Pelanggan ini, hasil dari distribusi frekuensinya dapat dilihat dalam Tabel 16 berikut:

Tabel 16. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan.

Indi Kat Or	Pernyataan									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	f	%	F	%	f	%
Y ₁	20	17,24	69	59,48	26	22,41	1	0,86	0	0,00
Y ₂	16	13,79	75	64,65	24	20,68	1	0,86	0	0,00
Y ₃	21	18,10	67	57,76	25	21,55	3	2,59	0	0,00

Sumber : Data Primer diolah

Keterangan :

SS = Sangat Setuju (5) TS = Tidak Setuju (2)
 S = Setuju (4) STS = Sangat Tidak Setuju (1)
 RR = Ragu-ragu (3)

Pada Tabel 16 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden, terdapat 20 orang responden atau 17,24% yang menyatakan sangat setuju tentang kesesuaian antara harapan dan kinerja dalam hal garansi (Y₁), yang menyatakan setuju sebanyak 69 orang responden atau 59,48%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 26 orang responden atau 22,41%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang responden atau 0,86%. Dengan demikian frekuensi jawaban terbanyak untuk indikator kesesuaian antara harapan dan kinerja dalam hal garansi (Y₁) adalah setuju dengan jumlah 69 orang responden (59,48%).

Untuk indikator kedua yaitu kesesuaian antara harapan dalam hal pemeliharaan (Y₂) dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 16 orang responden atau 13,79%, yang menyatakan setuju sebanyak 75 orang responden atau 64,65%, yang menyatakan ragu - ragu sebanyak 24 orang responden atau 20,68%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang responden atau 0,86%. Dengan demikian

frekuensi jawaban terbanyak untuk indikator kesesuaian antara harapan dalam hal pemeliharaan (Y_2) adalah setuju dengan jumlah 75 orang responden (64,65%).

Untuk indikator ketiga yaitu kesesuaian antara harapan dalam hal suku cadang (Y_3) dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 21 orang responden atau 18,10%, yang menyatakan setuju sebanyak 67 orang responden atau 57,76%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 25 orang responden atau 21,55%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 orang responden atau 2,59%. Dengan demikian frekuensi jawaban terbanyak untuk indikator kesesuaian antara harapan dalam hal suku cadang (Y_3) adalah setuju dengan jumlah 67 orang responden (57,76%).

C. Analisis Data dan Interpretasi

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan program SPSS 18.0 *for Windows*. Variabel bebas tersebut terdiri dari variabel Garansi (X_1), Pemeliharaan (X_2), dan Suku cadang (X_3), sedangkan variabel terikatnya adalah Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil regresi dapat dilihat pada Tabel 18.

a. Pengujian Secara Bersama-Sama (uji F)

Pada analisis regresi linier berganda ini menggunakan uji F. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Garansi (X_1), Pemeliharaan (X_2), Suku Cadang (X_3), secara bersama-sama terhadap

variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y). Analisis regresi linier berganda ini menggunakan program SPSS 18 *for windows*. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 18 berikut.

Tabel 17. Rekapitulasi Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel		Koefisien B	T	Sig. T	Keputusan Terhadap H_0
Terikat	Bebas				
Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y)	Garansi (X_1)	0,280	5,335	0,000	Ditolak
	Reparasi (X_2)	0,157	3,322	0,001	Ditolak
	Suku cadang (X_3)	0,225	4,543	0,000	Ditolak
Konstanta		0,719	0,704	0,483	
R		= 0,719			
R Square		= 0,517			
Adjusted R Square		= 0,504			
F_{hitung}		= 39,964			
Signifikansi F		= 0,000			
N		= 116			

Sumber : Data Primer

Berdasarkan Tabel 17 diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 39,964 dengan signifikansi F sebesar 0,000 ($p < 0,05$) sehingga H_0 ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel Garansi (X_1), Pemeliharaan (X_2), dan Suku cadang (X_3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Proses Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) dapat diterima.

Besarnya kontribusi variabel Garansi (X_1), Pemeliharaan (X_2), dan Suku cadang (X_3) dapat dilihat dari nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,504. Hal ini berarti bahwa kemampuan variabel-variabel Pelayanan Purna Jual secara bersama-sama memberikan pengaruh (kontribusi) terhadap Proses Tingkat Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 50,4 %. Sedangkan sisanya sebesar 49,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang

tidak diteliti dalam penelitian ini. Selanjutnya dari analisis tersebut dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,719 + 0,280 X_1 + 0,157 X_2 + 0,225 X_3$$

b. Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat serta untuk mengetahui variabel manakah yang dominan maka digunakan uji t dan koefisien beta yang telah distandarisasi. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara probabilitas sig.t dengan α atau nilai signifikansi $< 0,05$. bila probabilitas $t_{hitung}(p < 0,05)$ maka H_0 ditolak, yang berarti bahwa variabel bebas secara signifikan terhadap variabel terikat. Taraf signifikansi yang digunakan adalah $\alpha = 0,05$. Secara parsial pengujiannya dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Pengaruh Garansi (X_1) terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y)

Dari hasil perhitungan secara parsial, variabel Garansi (X_1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,280. Nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) yang artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan pada variabel Garansi (X_1) terhadap variabel Proses Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y).

2) Pengaruh Pemeliharaan (X_2) terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan

Dari hasil perhitungan secara parsial, variabel Pemeliharaan (X_2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,157. Nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,001 ($p < 0,05$), yang artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan pada variabel Pemeliharaan (X_2) terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y).

3) Pengaruh Suku Cadang (X_3) terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan

Dari hasil perhitungan secara parsial, variabel Suku Cadang (X_3) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,225. Nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$), yang artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan pada variabel Suku Cadang (X_3) terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y).

2. Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil uji regresi dapat digunakan untuk menguji ketiga hipotesis yang sudah dirumuskan. Hasil uji hipotesis dijelaskan sebagai berikut:

a. Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama menyebutkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama dari variabel Pelayanan Purna Jual yang terdiri dari Garansi

(X_1), Pemeliharaan (X_2), dan Suku Cadang (X_3) terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y). Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda (Uji F) dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama adalah terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai Sig. F sebesar 0,000 ($p < 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel Pelayanan Purna Jual yang terdiri dari Garansi (X_1), Pemeliharaan (X_2), dan Suku Cadang (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y).

b. Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua menyebutkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial dari variabel Pelayanan Purna Jual yang terdiri dari Garansi (X_1), Pemeliharaan (X_2), dan Suku Cadang (X_3), terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y). Berdasarkan hasil uji regresi parsial (Uji t) dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua adalah terbukti, mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dapat ditunjukkan dengan besarnya nilai signifikansi variabel Garansi (X_1) sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Variabel Garansi (X_1) mempunyai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$), yaitu positif dan signifikan, variabel Pemeliharaan (X_2) mempunyai signifikansi sebesar 0,001 ($p < 0,05$), yaitu positif dan signifikan, variabel Suku Cadang (X_3) mempunyai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) yaitu positif dan signifikan.

c. Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga menyebutkan bahwa variabel Suku Cadang (X_3) berpengaruh dominan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y). Berdasarkan hasil uji regresi parsial (Uji t) dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga terbukti karena variabel Garansi (X_1) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dapat ditunjukkan dengan hasil koefisien regresi (B) yang diperoleh merupakan koefisien regresi (B) terbesar yaitu sebesar 0,280.

D. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan karena maraknya persaingan di dunia otomotif terutama dalam menawarkan produk. Dengan terjadinya persaingan yang begitu ketat dalam hal menawarkan produk untuk dijual, banyak perusahaan dibidang otomotif yang memiliki strategi dengan mengembangkan pelayanan purna jual. Hal ini dikarenakan produk yang mereka tawarkan merupakan produk tahan lama, sehingga membutuhkan perawatan.

Pemberian layanan purna jual kepada pelanggan biasanya diberikan sebagai tanggung jawab penjual atas kualitas barang yang dijualnya. Layanan purna jual dapat diberikan dalam bentuk konsultasi lanjutan, atau garansi berupa penggantian barang rusak, pemeliharaan atau reparasi, penyediaan suku cadang dan sebagainya.

Layanan purna jual sendiri pada dasarnya dimaksudkan untuk menjaga minat konsumen atau calon konsumen dan memperluas sikap positif dari keunggulan produk yang telah dijanjikan, fasilitas pelayanan purna jual

merupakan suatu pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan guna memberikan kemudahan pada konsumen dalam rangka memuaskan konsumen setelah pembelian atas barang dan jasa yang telah dibelinya dari perusahaan tersebut, sehingga akan terjadi kepuasan dan kepercayaan antara perusahaan dengan konsumen. Penelitian ini dilakukan terhadap 116 orang responden yang dijadikan sampel dan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan pengujian secara bersama-sama dan parsial, selain itu dalam penelitian ini juga sudah diketahui variabel dari Pelayanan Purna Jual yang dominan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada motor Yamaha.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel Pelayanan Purna Jual yang terdiri dari Garansi (X_1), Pemeliharaan (X_2), dan Suku Cadang (X_3) secara bersama-sama dan parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan yaitu Pada motor Yamaha (Y). Berikut dijelaskan implikasi hasil penelitian dari masing-masing variabel, yaitu:

1. Variabel Garansi (X_1)

Dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa Garansi merupakan variabel yang perlu diperhatikan oleh produsen karena mempengaruhi besarnya volume penjualan. Variabel ini juga menjadi variabel yang berpengaruh dominan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y). Konsumen dalam penelitian ini memutuskan untuk menggunakan Yamaha karena garansi yang diberikan oleh Yamaha sesuai janji, dan jangka waktu yang diberikan juga sesuai yang dijanjikan. Alasan tersebut yang membuat konsumen yakin dalam membeli produk motor Yamaha.

2. Variabel Pemeliharaan (X_2)

Pemeliharaan merupakan kewajiban bagi para pengguna motor dan dilakukan terus menerus agar tetap bisa digunakan dengan baik. Pemeliharaan bisa menjadi daya tarik dan memberikan pengaruh dalam Tingkat Kepuasan Pelanggan. Hal ini dapat dijelaskan karena dengan adanya pelayanan Pemeliharaan rutin atau perbaikan ringan yang diberikan oleh CV. Bahagia Putra Motor Malang sangat baik, CV. Bahagia Putra Motor Malang juga memiliki teknisi yang terlatih, kualitas teknisi yang baik, teknisi yang cepat dan cermat dalam melakukan perbaikan juga mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pelanggan. Semakin cepat dalam melakukan Pemeliharaan dengan tetap memperhatikan kualitas, maka semakin besar pengaruhnya dalam Tingkat Kepuasan Pelanggan.

3. Variabel Suku Cadang (X_3)

Variabel Suku Cadang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat kepuasan pelanggan. Adanya pengaruh ini sangat dimungkinkan karena adanya suku cadang yang asli dan berkualitas baik menjadikan pembeli tidak ragu dalam melakukan *service* di CV. Bahagia Putra Motor Malang. Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa menurut responden adanya jaminan keaslian suku cadang di CV. Bahagia Putra Motor Malang, kualitas suku cadang yang baik, adanya kemudahan mendapatkan suku cadang, dan harga suku cadang yang relatif murah, mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pelanggan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang mengkaji tentang pengaruh Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dengan analisis regresi linier berganda, dapat diketahui bahwa 3 variabel bebas yaitu Garansi (X_1), Pemeliharaan (X_2), dan Suku Cadang (X_3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dibuktikan dari hasil analisis, diperoleh nilai F hitung sebesar 39,964 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Hasil analisis ini juga menunjukkan bahwa besarnya kontribusi variabel Garansi (X_1), Pemeliharaan (X_2), dan Suku Cadang (X_3) yang ditunjukkan dari nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,504. Hal ini berarti bahwa kemampuan variabel-variabel Pelayanan Purna Jual secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 50,4% sedangkan sisanya sebesar 49,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Secara parsial variabel-variabel Pelayanan Purna Jual yang terdiri dari Garansi (X_1), Pemeliharaan (X_2), dan Suku Cadang (X_3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Proses Tingkat Kepuasan

Pelanggan (Y). Hal ini dibuktikan dengan melihat variabel Garansi (X_1) dengan t_{hitung} sebesar 5,335, tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) dan koefisien regresi (B) sebesar 0,280, mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y). Variabel Pemeliharaan (X_2) dengan t_{hitung} sebesar 3,322, tingkat signifikansi sebesar 0,001 ($p < 0,05$) dan koefisien regresi (B) sebesar 0,157, mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y). Variabel Suku Cadang (X_3) dengan t_{hitung} sebesar 4,543, tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) dan koefisien regresi (B) sebesar 0,225, mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y).

3. Variabel Garansi (X_1) merupakan variabel dalam Pelayanan Purna Jual yang memiliki pengaruh dominan. Hal ini dapat diketahui karena variabel Garansi (X_1) mempunyai nilai Koefisien regresi (B) paling besar yaitu 0,280 dibandingkan dengan variabel Pemeliharaan (X_2) sebesar 0,157 dan Suku Cadang (X_3) sebesar 0,225.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain.

Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat saat ini terutama di bidang otomotif, diharapkan bagi CV. Bahagia Putra Motor Malang mampu memberikan kontribusi berupa pelayanan purna jual yang baik bagi

Pelayanan Service Yamaha karena pelayanan yang diberikan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga para pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan service yang diberikan.

2. CV. Bahagia Putra Motor Malang diharapkan mengembangkan pelayanan purna jual, misal menambah bengkel resmi Yamaha untuk area Malang (anak cabang), hal ini dikarenakan untuk memudahkan konsumen dalam mendapatkan jasa pelayanan purna jual (melakukan reparasi dan pemeliharaan suku cadang).
3. Pada penelitian selanjutnya, hendaknya mampu memberikan tambahan positif bagi penelitian yang sudah ada khususnya yang berkaitan dengan pelayanan purna jual yang terdiri dari 3 variabel, yaitu Garansi, Pemeliharaan, dan Suku Cadang. Tambahan juga dapat berupa teori yang mendukung dan memperkuat penelitian agar masing-masing variabel Pelayanan Purna Jual khususnya berkaitan dengan Garansi, Pemeliharaan, dan Suku Cadang. Sehingga apa yang menjadi kekurangan dalam penelitian ini dapat diperbaiki dalam penelitian selanjutnya.

Lampiran 2

No: (diisi peneliti)

KUESIONER PENELITIAN

Hal : Permohonan Pengisian Angket/Kuesioner
Judul Skripsi : Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan
Kepada Yth : Bapak/Ibu/Saudara/Saudari Pelanggan Dealer CV. Bahagia Putra Motor

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan adanya penelitian yang saya lakukan dengan judul Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Dealer CV. Bahagia Putra Motor Yamaha, maka saya mohon kesediaan anda untuk meluangkan waktu menjawab dan memberikan penilaian terhadap daftar pernyataan mengenai pelayanan purna jual pada dealer CV. Bahagia Putra Motor Yamaha. Angket ini semata-mata hanya untuk kepentingan ilmiah, untuk itu mohon dijawab dengan jujur karena jawaban yang anda berikan akan dijamin kerahasiaannya dan tidak dipublikasikan.

Kesediaan anda merupakan bantuan yang sangat besar artinya bagi terselesaikannya penelitian ini. Sebelumnya saya ucapkan banyak terima kasih.

Peneliti

Dian Ayu Ningtias
NIM.0810323109

Komisi Pembimbing

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. Dahlan Fanani, MAB
NIP. 19590329 198601 1 1001

Sunarti, S.SOS, MAB
NIP.19740717 199802 2 001

**Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan
(Survei pada Pelanggan Dealer CV. Bahagia Putra Motor Yamaha Malang)**

I. Identitas Responden

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan *)
4. Sejak kapan anda memiliki sepeda bermotor?
 - a. < 1 tahun
 - b. 1 tahun-2 tahun
 - c. > 2 tahun
5. Berapa kali anda melakukan penggantian sepeda bermotor?
 - a. 1 kali
 - b. 2 kali
 - c. 3 kali
 - d. > 3 kali
6. Merek apa saja yang pernah anda gunakan?
 - a. Yamaha
 - b. Suzuki
 - c. Honda
 - d. dan lain-lain
7. Dari mana anda mengetahui bengkel resmi Yamaha CV. Bahagia Putra Motor Malang?
 - a. Keluarga
 - b. Teman
 - c. Media informasi
 - d. dan lainnya

*) Coret yang tidak perlu

II. Petunjuk Pengisian Angket/Kuesioner

1. Mohon dengan hormat bantuan dan kesediaan anda untuk memberikan nilai terhadap setiap butir pernyataan sesuai dengan pertimbangan tentang pelayanan purna jual yang anda terima pada kendaraan bermotor merek Yamaha di CV. Bahagia Putra Motor Malang.
2. Beri tanda () pada jawaban yang paling sesuai dengan pilihan anda
3. Keterangan : STS : Sangat tidak setuju S : Setuju
TS : Tidak Setuju SS : Sangat Setuju
R : Ragu-ragu

LAYANAN PURNA JUAL (X)

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	R	S	SS
	Garansi (X₁)					
1	Harga yang diberikan oleh CV. Bahagia Putra Motor dapat bersaing					
2	CV. Bahagia Putra Motor memberikan jaminan penggantian apabila produk tidak sesuai dengan spesifikasi atau mengalami cacat					
3	Jaminan atas kinerja barang yang diberikan oleh CV. Bahagia Motor sesuai dengan yang dijanjikan					
4	CV. Bahagia Motor memberikan kemudahan dalam pengurusan garansi					

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	R	S	SS
	Pemeliharaan (X₂)					
1	Dalam melakukan perbaikan, mekanik CV. Bahagia Putra Motor Malang mengerjakan secara cepat					
2	Dalam melakukan perbaikan, mekanik CV. Bahagia Putra Motor Malang mengerjakan secara teliti					
3	Mekanik CV. Bahagia Putra Motor memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti mengenai perawatan sepeda motor anda					
4	CV. Bahagia Putra Motor memberitahukan tentang penggantian komponen yang harus diganti					
5	CV. Bahagia Putra Motor memberikan saran alternative dalam penggantian komponen					

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	R	S	SS
	Suku Cadang (X₃)					
1	Kelengkapan suku cadang yang dimiliki CV. Bahagia Putra Motor Malang sudah lengkap					
2	Kualitas suku cadang yang diberikan oleh CV. Bahagia Putra Motor Malang sudah baik					
3	Harga suku cadang yang disediakan CV. Bahagia Putra Motor Malang relatif Murah					

4	Suku cadang yang diberikan CV. Bahagia Putra Motor dapat terjamin keasliannya					
---	---	--	--	--	--	--

KEPUASAAN PELANGGAN

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
	Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y)					
1	Kesesuaian antara harapan dan kinerja dalam hal garansi yang dilakukan oleh CV. Bahagia Putra Motor					
2	Kesesuaian antara harapan dalam hal Pemeliharaan yang dilakukan oleh CV. Bahagia Putra Motor					
3	Kesesuaian antara harapan dalam hal Suku cadang yang tersedia oleh CV. Bahagia Putra Motor					

Malang, juni 2012



()

Lampiran 3
Rekapitulasi jawaban pada 116 orang responden

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3	Y1	Y2	Y3	Y
1	5	5	5	4	19	5	5	4	3	4	21	4	5	4	5	18	5	5	5	15
2	3	5	3	5	16	4	5	4	5	4	22	5	5	5	5	20	3	4	4	11
3	4	5	5	5	19	4	5	4	5	3	21	5	4	4	4	17	3	4	5	12
4	5	5	5	5	20	5	5	4	5	4	23	5	4	4	3	16	5	4	3	12
5	4	5	4	4	17	5	4	3	4	4	20	5	5	5	5	20	5	5	4	14
6	5	5	4	5	19	4	5	5	4	3	21	5	5	4	4	18	5	4	5	14
7	5	4	3	4	16	5	4	5	3	2	19	5	4	3	2	14	5	4	4	13
8	5	4	4	3	16	5	4	3	5	4	21	4	3	4	3	14	4	4	5	13
9	4	5	4	3	16	3	4	4	5	4	20	4	3	4	4	15	3	4	3	10
10	3	4	4	3	14	4	4	3	5	5	21	5	3	3	2	13	2	3	4	9
11	4	4	4	4	16	5	5	4	5	3	22	4	5	5	4	18	4	4	4	12
12	5	4	5	5	19	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	15	5	5	4	14
13	4	4	4	4	16	4	4	5	5	5	23	4	4	4	4	16	4	4	4	12
14	3	4	4	5	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12
15	4	4	4	4	16	5	4	4	4	2	19	4	4	4	4	16	4	4	4	12
16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12
17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12
18	4	4	4	5	17	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	16	4	5	4	13
19	4	3	4	4	15	5	5	4	4	4	22	2	4	4	5	15	3	4	4	11
20	4	5	4	5	18	5	4	4	5	4	22	5	5	5	5	20	4	5	5	14
21	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	4	5	3	17	5	5	5	15
22	3	4	3	3	13	2	4	3	2	3	14	3	4	3	3	13	3	3	3	9
23	4	5	5	5	19	5	3	4	3	3	18	3	4	4	4	15	4	4	4	12
24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	18	5	5	5	15
25	3	1	5	5	14	5	5	4	4	3	21	4	4	3	4	15	4	3	3	10
26	4	4	4	4	16	3	3	5	3	4	18	3	4	4	4	15	4	4	4	12
27	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12
28	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12
29	4	4	4	5	17	3	4	4	3	5	19	2	4	3	5	14	4	5	3	12
30	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12
31	4	3	3	4	14	3	4	4	4	3	18	4	4	3	4	15	3	4	3	10

Lampiran 3
Rekapitulasi jawaban pada 116 orang responden

32	3	3	4	5	15	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	15	4	4	4	12
33	5	4	4	4	17	4	4	4	4	3	19	3	4	4	4	15	4	4	4	12
34	3	4	3	3	13	4	4	4	4	2	18	3	3	4	4	14	4	3	4	11
35	3	3	4	4	14	4	4	3	2	3	16	4	3	3	4	14	3	4	3	10
36	5	5	4	5	19	4	5	4	4	4	21	4	4	5	5	18	4	4	5	13
37	4	2	3	4	13	4	4	3	4	3	18	2	3	3	4	12	3	4	3	10
38	5	4	5	3	17	5	4	5	5	4	23	5	4	3	4	16	5	4	5	14
39	5	5	4	3	17	4	5	5	4	3	21	4	3	3	3	13	3	4	5	12
40	3	3	4	3	13	5	4	5	4	4	22	5	4	5	3	17	4	4	4	12
41	4	5	4	4	17	5	5	3	4	4	21	3	3	4	4	14	4	4	4	12
42	5	4	5	3	17	3	4	5	4	5	21	5	4	4	5	17	5	5	5	15
43	5	5	4	5	19	4	5	4	3	4	20	4	5	4	3	16	4	5	5	14
44	3	5	4	3	15	5	4	5	3	4	21	4	3	4	4	15	5	4	3	12
45	5	4	4	5	18	4	3	4	3	4	18	4	5	3	4	16	5	4	3	12
46	4	3	4	5	16	5	4	5	4	3	21	4	5	4	3	16	4	3	4	11
47	4	5	3	3	15	4	5	4	4	5	22	3	4	3	5	15	5	4	5	14
48	4	3	4	4	15	5	5	5	5	5	25	5	3	4	4	16	4	5	4	13
49	3	4	3	2	12	3	4	4	2	2	15	4	3	2	3	12	3	4	3	10
50	3	4	3	5	15	4	3	4	4	2	17	3	4	3	4	14	4	3	4	11
51	4	3	4	5	16	4	4	3	4	3	18	2	3	4	4	13	4	4	3	11
52	5	4	5	4	18	4	3	3	5	3	18	4	4	4	4	16	3	3	4	10
53	4	4	3	4	15	4	5	3	3	4	19	4	4	3	3	14	3	4	4	11
54	3	4	5	5	18	4	4	3	4	5	20	5	5	5	5	20	5	5	4	14
55	4	4	3	4	15	3	4	4	3	3	17	3	4	3	3	13	3	3	4	10
56	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	15	4	4	4	12
57	3	2	4	4	13	4	4	3	4	3	18	3	4	5	4	16	4	4	4	12
58	4	5	5	5	19	4	4	5	4	3	20	3	4	4	3	14	4	4	3	11
59	4	4	2	3	13	4	4	4	2	3	17	4	4	3	4	15	4	3	4	11
60	4	3	4	4	15	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	12
61	4	4	5	4	17	3	4	4	3	2	16	4	3	4	4	15	4	4	5	13
62	4	4	2	3	13	4	4	3	4	5	20	4	4	3	4	15	4	4	4	12
63	5	4	5	5	19	3	3	4	3	3	16	4	4	5	4	17	4	4	4	12

Lampiran 3
Rekapitulasi jawaban pada 116 orang responden

64	4	4	3	4	15	4	2	3	4	5	18	4	3	3	4	14	4	4	3	11
65	3	4	5	3	15	4	3	4	5	4	20	3	3	4	4	14	4	3	4	11
66	4	4	3	4	15	4	4	3	4	4	19	4	4	3	3	14	4	4	4	12
67	4	2	4	2	12	4	4	3	4	5	20	4	3	4	5	16	4	4	3	11
68	4	3	2	3	12	4	4	3	4	5	20	5	4	5	4	18	4	4	3	11
69	4	4	3	4	15	3	3	4	3	3	16	3	2	3	2	10	3	3	2	8
70	3	4	4	4	15	3	4	5	4	2	18	4	4	5	3	16	3	4	4	11
71	4	4	3	4	15	4	5	4	4	3	20	3	4	5	4	16	4	4	3	11
72	4	4	4	3	15	3	4	2	3	4	16	5	5	4	4	18	4	3	4	11
73	4	4	3	4	15	4	4	3	2	3	16	5	5	5	5	20	5	4	5	14
74	4	4	3	4	15	4	3	2	3	4	16	4	5	4	4	17	3	4	4	11
75	4	4	3	4	15	4	5	5	4	2	20	4	4	5	3	16	4	3	4	11
76	4	5	5	3	17	3	4	3	5	4	19	4	4	4	3	15	4	3	4	11
77	4	4	3	4	15	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	18	5	5	5	15
78	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	20	3	4	3	2	12	4	3	4	11
79	4	4	4	3	15	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	15	4	4	4	12
80	4	4	4	3	15	4	3	4	4	3	18	4	4	5	4	17	4	4	3	11
81	4	4	3	4	15	4	5	4	4	3	20	3	4	5	4	16	4	4	3	11
82	4	4	2	3	13	4	4	4	2	3	17	4	4	3	4	15	4	3	4	11
83	5	5	5	5	20	5	5	4	5	4	23	5	3	5	3	16	4	4	4	12
84	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12
85	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	18	4	4	4	12
86	4	5	5	5	19	4	4	5	4	3	20	3	4	4	3	14	4	4	3	11
87	5	5	4	3	17	4	5	5	4	3	21	4	3	3	3	13	3	4	5	12
88	4	3	4	5	16	5	4	5	4	3	21	4	5	4	3	16	4	3	4	11
89	4	3	3	4	14	3	4	3	3	3	16	4	4	3	4	15	3	3	2	8
90	4	3	4	4	15	5	5	4	4	4	22	2	4	4	5	15	3	4	4	11
91	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24	5	4	4	4	17	4	4	4	12
92	4	3	4	4	15	4	5	5	4	4	22	5	3	4	4	16	4	5	4	13
93	4	5	4	4	17	5	5	3	4	4	21	3	3	4	4	14	4	4	4	12
94	5	4	4	4	17	4	4	4	4	3	19	3	4	4	4	15	4	4	4	12
95	4	4	3	4	15	4	4	5	4	3	20	3	2	2	3	10	3	3	4	10

Lampiran 3
Rekapitulasi jawaban pada 116 orang responden

96	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	20	4	4	4	12
97	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	18	4	4	4	14
98	5	4	4	3	16	5	4	3	3	4	19	4	3	4	3	14	4	4	5	13
99	4	4	3	4	15	4	5	3	3	4	19	2	2	3	3	10	3	4	4	11
100	3	4	3	3	13	4	4	4	4	2	18	3	3	4	4	14	4	3	4	10
101	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	4	14
102	4	4	3	4	15	4	4	3	4	4	19	4	4	3	3	14	4	4	4	12
103	4	3	2	3	12	4	4	3	4	5	20	5	4	5	4	18	4	4	3	11
104	4	4	3	4	15	4	3	2	3	4	16	4	5	4	4	17	3	4	4	11
105	4	3	2	3	12	4	4	3	4	5	20	5	4	5	4	18	4	4	3	11
106	3	5	4	3	15	5	4	5	3	4	21	4	3	4	4	15	5	4	3	12
107	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	20	2	3	3	2	10	4	3	4	11
108	3	4	3	4	14	4	4	5	4	3	20	3	4	3	3	13	3	3	4	10
109	3	4	3	4	14	4	4	3	4	4	19	4	4	3	3	14	4	4	4	12
110	3	4	2	3	12	3	4	3	2	3	15	4	4	3	4	15	3	2	3	8
111	4	4	5	4	17	3	4	4	3	2	16	3	3	4	2	12	4	4	5	13
112	4	5	5	4	18	5	5	4	3	4	21	4	3	4	3	14	4	3	4	11
113	3	4	3	4	14	4	5	4	5	4	22	4	5	4	2	15	3	4	5	12
114	5	5	5	5	20	4	5	4	5	3	21	5	5	5	5	20	5	5	5	15
115	5	3	4	5	17	5	5	5	5	5	25	5	5	5	3	18	5	4	3	12
116	3	3	3	4	12	3	4	4	4	3	18	4	4	3	4	15	3	3	2	8

Lampiran 4

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	23	19.8	19.8	19.8
	4	68	58.6	58.6	78.4
	5	25	21.6	21.6	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.9	.9	.9
	2	3	2.6	2.6	3.4
	3	18	15.5	15.5	19.0
	4	66	56.9	56.9	75.9
	5	28	24.1	24.1	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	7	6.0	6.0	6.0
	3	30	25.9	25.9	31.9
	4	53	45.7	45.7	77.6
	5	26	22.4	22.4	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.7	1.7	1.7
	3	27	23.3	23.3	25.0
	4	57	49.1	49.1	74.1
	5	30	25.9	25.9	100.0
Total		116	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.9	.9	.9
	3	17	14.7	14.7	15.5
	4	66	56.9	56.9	72.4
	5	32	27.6	27.6	100.0
Total		116	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.9	.9	.9
	3	11	9.5	9.5	10.3
	4	69	59.5	59.5	69.8
	5	35	30.2	30.2	100.0
Total		116	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	2.6	2.6	2.6
	3	29	25.0	25.0	27.6
	4	55	47.4	47.4	75.0
	5	29	25.0	25.0	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	7	6.0	6.0	6.0
	3	23	19.8	19.8	25.9
	4	60	51.7	51.7	77.6
	5	26	22.4	22.4	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	7	6.0	6.0	6.0
	3	23	19.8	19.8	25.9
	4	60	51.7	51.7	77.6
	5	26	22.4	22.4	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	10	8.6	8.6	8.6
	3	35	30.2	30.2	38.8
	4	51	44.0	44.0	82.8
	5	20	17.2	17.2	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	7	6.0	6.0	6.0
	3	24	20.7	20.7	26.7
	4	57	49.1	49.1	75.9
	5	28	24.1	24.1	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	2.6	2.6	2.6
	3	26	22.4	22.4	25.0
	4	65	56.0	56.0	81.0
	5	22	19.0	19.0	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.7	1.7	1.7
	3	33	28.4	28.4	30.2
	4	53	45.7	45.7	75.9
	5	28	24.1	24.1	100.0
Total		116	100.0	100.0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	7	6.0	6.0	6.0
	3	29	25.0	25.0	31.0
	4	64	55.2	55.2	86.2
	5	16	13.8	13.8	100.0
Total		116	100.0	100.0	



Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.9	.9	.9
	3	26	22.4	22.4	23.3
	4	69	59.5	59.5	82.8
	5	20	17.2	17.2	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.9	.9	.9
	3	24	20.7	20.7	21.6
	4	75	64.7	64.7	86.2
	5	16	13.8	13.8	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	2.6	2.6	2.6
	3	25	21.6	21.6	24.1
	4	67	57.8	57.8	81.9
	5	21	18.1	18.1	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Lampiran 5
Uji Validitas dan Reliabilitas

Correlations Garansi (X₁)

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.317**	.341**	.233*	.653**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.012	.000
	N	116	116	116	116	116
X1.2	Pearson Correlation	.317**	1	.273**	.137	.634**
	Sig. (2-tailed)	.001		.003	.144	.000
	N	116	116	116	116	116
X1.3	Pearson Correlation	.341**	.273**	1	.397**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.000	.000
	N	116	116	116	116	116
X1.4	Pearson Correlation	.233*	.137	.397**	1	.654**
	Sig. (2-tailed)	.012	.144	.000		.000
	N	116	116	116	116	116
X1	Pearson Correlation	.653**	.634**	.768**	.654**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	116	116	116	116	116

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations Pemeliharaan (X₂)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.381**	.261**	.387**	.272**	.695**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.000	.003	.000
	N	116	116	116	116	116	116
X2.2	Pearson Correlation	.381**	1	.303**	.307**	.155	.630**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.001	.097	.000
	N	116	116	116	116	116	116
X2.3	Pearson Correlation	.261**	.303**	1	.281**	-.076	.548**
	Sig. (2-tailed)	.005	.001		.002	.419	.000
	N	116	116	116	116	116	116
X2.4	Pearson Correlation	.387**	.307**	.281**	1	.358**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.002		.000	.000
	N	116	116	116	116	116	116
X2.5	Pearson Correlation	.272**	.155	-.076	.358**	1	.573**
	Sig. (2-tailed)	.003	.097	.419	.000		.000
	N	116	116	116	116	116	116
X2	Pearson Correlation	.695**	.630**	.548**	.750**	.573**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	116	116	116	116	116	116

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations SukuCadang (X₃)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.382**	.370**	.119	.682**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.202	.000
	N	116	116	116	116	116
X3.2	Pearson Correlation	.382**	1	.413**	.329**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	116	116	116	116	116
X3.3	Pearson Correlation	.370**	.413**	1	.339**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	116	116	116	116	116
X3.4	Pearson Correlation	.119	.329**	.339**	1	.624**
	Sig. (2-tailed)	.202	.000	.000		.000
	N	116	116	116	116	116
X3	Pearson Correlation	.682**	.744**	.758**	.624**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	116	116	116	116	116

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Correlations TingkatKepuasanPelanggan (Y)

		Correlations			
		Y1	Y2	Y3	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.461**	.250**	.744**
	Sig. (2-tailed)		.000	.007	.000
	N	116	116	116	116
Y2	Pearson Correlation	.461**	1	.325**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	116	116	116	116
Y3	Pearson Correlation	.250**	.325**	1	.713**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000		.000
	N	116	116	116	116
Y	Pearson Correlation	.744**	.773**	.713**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	116	116	116	116

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Garansi (X₁)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	116	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	116	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.611	4

Reliability Pemeliharaan (X₂)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	116	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	116	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.627	5

Reliability SukuCadang (X₃)

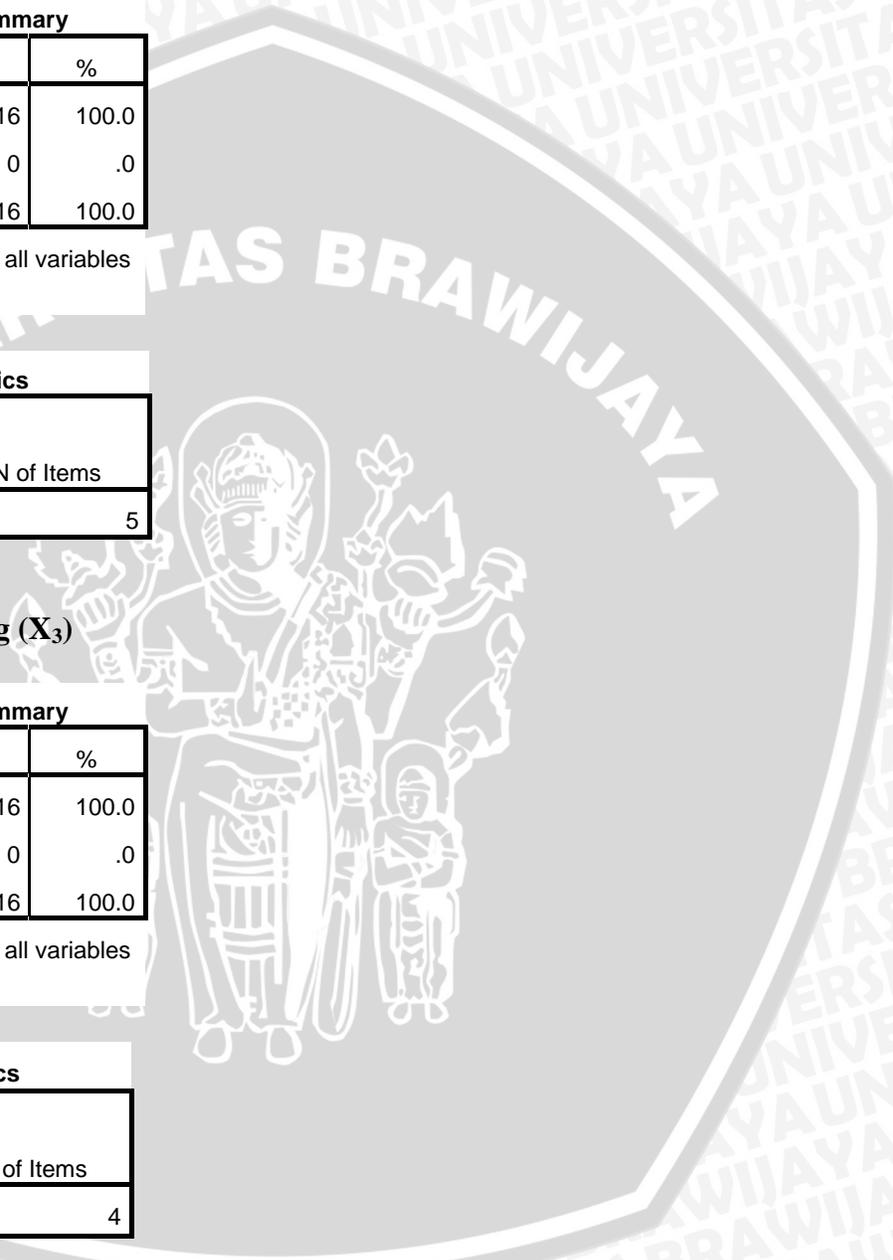
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	116	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	116	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.655	4



Reliability TingkatKepuasanPelanggan

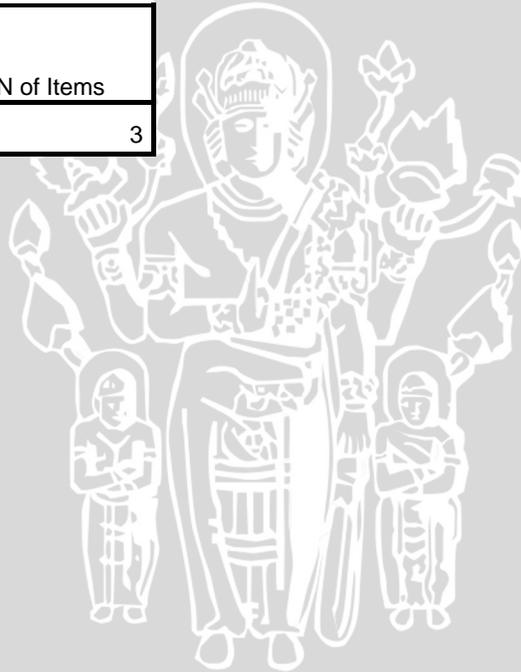
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	116	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	116	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.606	3



Lampiran 6
Regresi Berganda

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X1, X2 ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.719 ^a	.517	.504	1.056

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	133.760	3	44.587	39.964	.000 ^a
	Residual	124.956	112	1.116		
	Total	258.716	115			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.719	1.021		.704	.483
	X1	.280	.052	.386	5.335	.000
	X2	.157	.047	.250	3.322	.001
	X3	.225	.050	.323	4.543	.000

a. Dependent Variable: Y

