

Pengaruh Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasan Konsumen Samsung *Smartphone*

Desi Eka Susanti

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kediri
Jl. Sersan Suharmaji No.38 Kediri 64128

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh variabel Garansi, penyediaan *accessories*, perbaikan produk dan konsultasi lanjutan terhadap kepuasan konsumen Samsung *smartphone* pada Samsung Service Center Kediri. Sampel dari penelitian ini sebanyak 85 responden pada konsumen Samsung *smartphone* yang melakukan kegiatan purna jual di Samsung Service Center Kediri. Pengambilan sampel menggunakan teknik *incidental* sampling. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS versi 16.0 *for windows*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa garansi merupakan variabel bebas yang berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. *R square* sebesar 0,740 artinya besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel tetap secara bersama-sama (simultan) sebesar 74%, sedangkan sisanya 26% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci : Pelayanan Purna Jual, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

This research aims to analyze and explain the influence of the variable warranty, accessories, repair products and consulting advanced towards customer satisfaction Samsung smartphone on a Samsung Service Centre of Kediri. The sample of this research as much as 85 respondents on Samsung smartphone consumers who do the after-sales activities at Samsung Service Centre of Kediri. Sampling techniques using incidental sampling. Using linear regression analysis techniques with multiple tool SPSS version 16.0 for windows.

The results showed that the warranty is independent variables that influence positively towards customer satisfaction. R square of 0,740 means that the magnitude of the influence of independent variables against a dependent variable simultaneously by 74%, while the remaining 26% in influence by other variables that are not included in this research.

Keyword : After- sales service, customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Samsung adalah salah satu produsen *handphone* dengan merek yang memiliki pangsa pasar cukup luas dengan peningkatan volume penjualan yang sangat pesat yang mendorong perusahaan melakukan inovasi dan membuat beragam produk *handphone* diantaranya *Smartphone* (telepon pintar) yang mempunyai kemampuan dengan penggunaan dan fungsi yang menyerupai komputer, beberapa fitur canggih ditawarkan kepada konsumen.

Di satu sisi dengan tingkat pengetahuan konsumen yang rendah dan informasi yang kurang tersedia membuat konsumen tidak bisa memaksimalkan penggunaan telepon pintar tersebut. Konsumen juga mempertimbangkan tentang layanan layanan yang ditawarkan setelah terjadinya transaksi penjualan baik mengenai garansi, kemudahan perbaikan dan ketersediannya *accessories* *handphone*. Disinilah diperlukan jasa- jasa penunjang atau yang lebih dikenal dengan layanan purna jual.

Layanan purna jual merupakan elemen kunci dalam membangun kepuasan konsumen. Seiring dengan perkembangan telekomunikasi yang sangatlah pesat dan persaingan yang ketat semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, yang berorientasi pada kepuasan konsumen, yakni meningkatkan jangkauan pelayanan maupun mutu pelayanan.

Samsung Service Center sebagai layanan purna jual terbesar di Indonesia yang akan menjadikan kepuasan konsumen adalah prioritas utama dengan layanan yang diberikan adalah antara lain garansi, penyediaan *accessories*, perbaikan produk dan konsultasi lanjutan.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang diuraikan di atas maka dapat diuraikan tujuan penelitian ialah:

1. Untuk mengetahui apakah garansi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Samsung *smartphone* pada Samsung Service Center Kediri.
2. Untuk mengetahui apakah penyediaan *accessories* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Samsung *smartphone* pada Samsung Service Center Kediri.
3. Untuk mengetahui apakah perbaikan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Samsung *smartphone* pada Samsung Service Center Kediri..
4. Untuk mengetahui apakah konsultasi lanjutan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Samsung *smartphone* pada Samsung Service Center Kediri.
5. Untuk mengetahui apakah garansi, penyediaan *accessories*, perbaikan produk dan konsultasi lanjutan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Samsung *smartphone* pada Samsung Service Center Kediri.

Batasan Masalah

Untuk dapat mengetahui dengan jelas dan mempermudah di dalam pembahasan masalah dalam penulisan ini, maka perlu adanya suatu pembatasan masalah. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu mengenai masalah pengaruh pelayanan purna jual yang meliputi garansi, penyediaan *accessories*, perbaikan Produk dan konsultasi lanjutan terhadap kepuasan konsumen Samsung *smartphone*.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian dilakukan di Samsung Service Center Kediri, Jl. Letjend Sutoyo No. 69 Kediri. Alasan peneliti memilih lokasi penelitian tersebut adalah :

1. Brand *image* Samsung sudah banyak di kenal dikalangan masyarakat

2. Pangsa pasarnya luas.

3. Lokasi strategis

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen Samsung *smartphone* yang terinput melakukan kegiatan purna jual di Samsung Service Center Kediri, yaitu sebanyak 600 orang, terhitung dari rata-rata dari bulan Desember 2014 s/d Feb 2015

Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari konsumen Samsung *smartphone* yang melakukan kegiatan purna jual di Samsung Service Center Kediri

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling incidental* yaitu 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 (Sugiyono, 2013).

Penentuan Jumlah Sampel

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa sampel merupakan bagian dari populasi. Melalui sampel, peneliti tidak perlu meneliti semua obyek populasi, tetapi meneliti obyek yang terpilih menjadi sampel.

Rumus untuk menghitung ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya yakni 600 orang, adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 S &= \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q} \\
 &= \frac{1^2 \cdot 600 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2 (600 - 1) + 1^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5} \\
 &= \frac{150}{1,4975 + 0,25} \\
 &= \frac{150}{1,7475} \\
 &= 85,835 \approx 85
 \end{aligned}$$

Rumus Isaac dan Michael (Sugiyono 2013:124)

Dimana :

S= Jumlah Sampel

λ^2 dgn dk= 1, taraf kesalahan 1%, 5%, 10 %

P=Q=0,5

d= 0,05

Data dan Teknik Pengumpulannya

Data dalam suatu penelitian dapat diperoleh dari perusahaan yang diteliti. Jenis data yang diperlukan pada penelitian ini, menurut sumbernya dapat dibedakan menjadi 2 (dua), yaitu :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari obyek penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah perolehan data yang dikumpulkan dari pihak lain, baik dari literatur-literatur maupun dari bacaan-bacaan, serta buku-buku perkuliahan yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan. Adapun tehnik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

- a. Interview (wawancara), proses pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka secara langsung dengan pimpinan perusahaan.
- b. Observasi, cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada obyek penelitian serta melakukan pencatatan secara sistematis mengenai hal-hal yang diteliti.
- c. Studi Pustaka, study perbandingan buku-buku dan literatur-literatur untuk mendukung penelitian agar lebih kuat.
- d. Kuisisioner, pengumpulan data dengan usaha mendapatkan keterangan-keterangan dan pendirian seseorang secara tertulis dengan menyerahkan lembar pertanyaan untuk diisi oleh subyek yang bersangkutan. Dalam pengumpulan data tersebut penulis menggunakan skala *Likert*. Adapun pedoman penilaian atau skor untuk

angket atau *Questionary* adalah sebagai berikut :

- a. Apabila jawaban A diberi skor = 5
- b. Apabila jawaban B diberi skor = 4
- c. Apabila jawaban C diberi skor = 3
- d. Apabila jawaban D diberi skor = 2
- e. Apabila jawaban E diberi skor = 1

Identifikasi Variabel

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya perubahan pada variabel *dependent*. Adapun variabel *independent* dalam penelitian ini adalah Garansi (X_1), Penyediaan *accessories* (X_2), Perbaikan produk (X_3) Konsultasi lanjutan (X_4).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Adalah variabel tak bebas yang dipengaruhi oleh variabel *independent*. Adapun yang menjadi variabel *dependen* dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).

Definisi Operasional Variabel

1. Garansi (X_1), garansi merupakan jaminan atas kerusakan yang diberikan oleh Samsung Service Center berupa layanan perbaikan, penggantian produk, maupun pengembalian uang, yang mana untuk produk *smartphone* jangka waktunya adalah satu tahun.

Variabel Indikator Garansi (X_1) menurut Kotler, (2002) dapat berupa :

- X1.1 = Kemudahan proses klaim garansi
- X1.2 = Kualitas layanan garansi
- X1.3 = Ketepatan waktu sesuai janji yang diberikan

2. *Accessories* (X_2), merupakan sebuah bagian pelengkap dari fungsi produk,

contohnya : *battery, headset, adaptor, usb cable*, dll.

Variabel indikator *Accessories* (X_2) menurut Kotler, (2002) adalah sebagai berikut:

- X2.1 = Harga *accessories*
- X2.2 = Kualitas *accessories*
- X2.3 = Kemudahan mendapatkan

accessories

3. Perbaikan Produk (X_3), perbaikan produk merupakan layanan perbaikan yang diberikan setelah masa garansi lewat, dan diberikan garansi satu bulan setelahnya.

Variabel indikator Perbaikan Produk (X_3) menurut Kotler, (2002) adalah sebagai berikut :

- X3.1 = Kualitas layanan perbaikan non garansi
- X3.2 = Biaya jasa dan suku cadang
- X3.3 = Ketepatan waktu sesuai janji yang diberikan

4. Konsultasi Lanjutan (X_4), konsultasi lanjutan merupakan layanan yang diberikan Samsung Service Center berupa penjelasan atau penanganan keluhan bilamana konsumen mengalami keluhan ataupun ingin mengetahui info –info terkait produknya.

Variabel indikator Konsultasi lanjutan (X_4) menurut Lovelock, (2007) adalah sebagai berikut :

- X4.1 = Kecepatan Penanganan keluhan
- X4.2 = Ketanggapan teknisi terhadap permasalahan yang di hadapi konsumen
- X4.3 = Kecepatan tracking informasi

5. Kepuasan Konsumen adalah penilaian konsumen terhadap keseluruhan pelayanan purna jual Samsung *smartphone* yang di berikan oleh Samsung Service Center.

Variabel indikator Kepuasan Konsumen (Y) menurut Kotler (2002) adalah sebagai berikut :

- Y.1 = Produk/ Jasa yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen
- Y.2 = Kepuasan terhadap pelayanan secara keseluruhan

Y.3 = Mempercayakan samsung Service Center sebagai layanan purna jual yang profesional.

$$r = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)}\sqrt{(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

(Sumber: Sugiyono,2013)

TEKNIK ANALISIS

Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat itu mengukur apa yang ingin diukur. Dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabelnya dan level signifikansi 5% dengan nilai kritisnya. Nilai r hitung manual diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)}\sqrt{(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Dimana :

- r = koefisien korelasi
- n = jumlah responden
- x = jumlah jawaban responden variabel bebas
- y = jumlah jawaban responden variabel terikat

Uji Reliabilitas

Reliabilitas dapat diukur dari koefisien korelasi antara percobaan pertama dengan yang berikutnya, bila koefisien korelasi positif dan signifikan maka instrumen tersebut sudah dinyatakan reliabel. Pada penelitian ini perhitungan reliabilitas menggunakan rumus sebagai

berikut: $r_i = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right)$

Dimana :

- r = reliabilitas instrumen
- k = banyaknya butir pertanyaan
- σb^2 = jumlah varians butir
- σ^2 = jumlah varians total

Analisa Korelasi

Korelasi yaitu metode yang digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel bebas (x) dengan variabel terikat (y). Adapun rumus korelasinya adalah sebagai berikut :

Dimana :

- r = koefisien korelasi
- n = jumlah responden
- x = jumlah jawaban responden variabel bebas
- y = jumlah jawaban responden variabel terikat

Apabila dalam pengujian diperoleh hasil sama dengan taraf signifikan ($\alpha= 0,01$ dan $\alpha= 0,05$) maka terdapat hubungan antar variabel, tetapi apabila yang terjadi sebaliknya maka tidak terdapat hubungan antar variabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan untuk peramalan masa yang akan datang, apabila akan diadakan perubahan pada variabel bebas. Adapun rumus Regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e.....$$

Dimana :

- Y = variabel bebas
- a = Bilangan konstanta
- b = Koefisien regresi
- x = variabel bebas (Sugiyono, 2009)

Uji F

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan (bersama-sama) digunakan uji F dengan persamaan sebagai berikut :

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)} \text{ (Sugiyono, 2013)}$$

Keterangan :

- R² = koefisien determinasi
- k = jumlah variabel bebas
- n = jumlah sampel
- Kriteria uji F :
- Ho ditolak jika F hitung \leq F tabel
- Ho diterima jika F hitung \geq F tabel

Uji t

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (individu), maka digunakan uji t dengan persamaan :

$$t_{hitung} = \frac{b}{S_b} \text{ (Sugiyono, 2013)}$$

Keterangan :

b = koefisien regresi

S_b = standard deviasi, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha= 5\%$)

Kriteria Uji t :

Ho ditolak jika t hitung \leq t tabel

Ho diterima jika t hitung \geq t tabel

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Korelasi dan Regresi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.860 ^a	0.74	0.727	0.96724

(Sumber: data diolah , 2015)

Dari tabel 1 dapat dijelaskan bahwa korelasi antara keseluruhan variabel bebas dengan variabel terikat ditunjukkan oleh besarnya Multiple R yaitu 0,860 dimana nilai korelasi ini mendekati 1, sehingga berdasarkan kriteria yang ada maka garansi (X₁), penyediaan *accessories* (X₂), perbaikan produk(X₃), konsultasi lanjutan(X₄) serta *Kepuasan Konsumen* mempunyai hubungan yang kuat dan searah.

Koefisien determinan atau *R square* sebesar 0,740 artinya besarnya pengaruh variabel garansi (X₁), penyediaan *accessories* (X₂), perbaikan produk (X₃), konsultasi lanjutan (X₄) terhadap variabel *kepuasan konsumen* (Y) secara bersama-sama (simultan) sebesar 74%, sedangkan sisanya (100% - 74% = 26%) di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam perhitungan ini.

Tabel 2 Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	0.665	0.785		0.848	0.399
Garansi	0.274	0.07	0.3	3.942	0
Penyediaan accesoris	0.209	0.075	0.239	2.801	0.006
Perbaikan produk	0.232	0.072	0.254	3.212	0.002
Konsultasi lanjutan	0.257	0.08	0.244	3.2	0.002

(Sumber: data diolah, 2015)

Dari hasil perhitungan diperoleh persamaan regresi yaitu :

$$Y = 0,665 + 0,274X_1 + 0,209X_2 + 0,232X_3 + 0,257X_4$$

Persamaan regresi berganda tersebut menunjukkan bahwa:

1. nilai konstanta (a) adalah sebesar 0,665 dan bernilai positif. Nilai ini mempunyai arti bahwa jika variabel bebas sama dengan 0, maka besarnya kepuasan konsumen adalah 0,665 satuan.
2. Koefisien X₁ (b₁) adalah sebesar 0,275 dan bernilai positif. Nilai ini mempunyai arti bahwa jika terjadi
3. perubahan (kenaikan atau penurunan) garansi sebesar 1 satuan, akan diikuti dengan perubahan (kenaikan atau penurunan) kepuasan konsumen sebesar 0,275, dengan asumsi variabel yang lain dianggap konstan.
4. Koefisien X₂ (b₂) adalah sebesar 0,209 dan bernilai positif. Nilai ini mempunyai arti bahwa jika terjadi perubahan (kenaikan atau penurunan) penyediaan *accessories* sebesar 1 satuan, akan diikuti dengan perubahan (kenaikan atau penurunan) kepuasan konsumen sebesar 0,209 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
5. Koefisien X₃ (b₃) adalah sebesar 0,232 dan bernilai positif. Nilai ini mempunyai arti bahwa jika terjadi

perubahan (kenaikan atau penurunan) perbaikan produk sebesar 1 satuan, akan diikuti dengan perubahan (kenaikan atau penurunan) kepuasan konsumen sebesar 0,232 dengan asumsi variabel yang lain dianggap konstan.

- Koefisien X_4 (b_4) adalah sebesar 0,257 dan bernilai positif. Nilai ini mempunyai arti bahwa jika terjadi perubahan (kenaikan atau penurunan) konsultasi lanjutan sebesar 1 satuan, akan diikuti dengan perubahan (kenaikan atau penurunan) kepuasan konsumen sebesar 0,257 dengan asumsi variabel yang lain dianggap konstan.

Uji F

Uji F ini digunakan untuk pengujian signifikan dari semua variabel bebas secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat. Adapun perhitungannya dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3
Uji F

Model	Sum of squares	df	Mean square	F	Sig.
Regression	213.461	4	53.365	57.041	.000a
Residual	74.845	80	.936		
total	288.306	84			

(Sumber: data diolah, 2015)

Uji F dalam penelitian ini membandingkan antara F hitung dan F tabel pada tingkat kepercayaan 5% (0,05) atau melihat nilai signifikan F. Bila F hitung lebih besar dari F tabel atau nilai signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima.

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui besarnya nilai F hitung sebesar 57,041 sedangkan F tabel sebesar 2,486 yang dapat disimpulkan bahwa F tabel $< F$ hitung. Cara lain yang bisa ditempuh yaitu membandingkan signifikan output dengan taraf signifikan yang ditentukan yaitu 0,05. Signifikan output sebesar $0,000 < 0,05$. Dua cara tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti secara bersama-sama (simultan) garansi (X_1), penyediaan

accessories (X_2), perbaikan produk (X_3), konsultasi lanjutan (X_4) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen Samsung *smartphone* pada Samsung Service Center Kediri.

Uji t

Agar dapat mengetahui pengaruh variabel bebas secara parsial yaitu variabel garansi (X_1), penyediaan *accessories* (X_2), perbaikan produk (X_3), konsultasi lanjutan (X_4) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) Samsung *smartphone*.

Adapun perhitungannya dapat di lihat di Tabel 2, maka digunakan uji t sebagai berikut :

- Berdasarkan hasil analisis tabel 2 diketahui bahwa nilai t hitung variabel garansi sebesar 3,942, nilai itu lebih besar daripada t tabel 1,990, cara kedua dapat ditempuh dengan melihat nilai signifikansi garansi yaitu $0,000 < \alpha 0,05$. Berdasarkan kedua nilai tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti secara parsial garansi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- Berdasarkan hasil analisis tabel 2 diketahui bahwa nilai t hitung variabel penyediaan *accessories* sebesar 2,801, nilai itu lebih besar daripada t tabel 1,990, cara kedua dapat ditempuh dengan melihat nilai signifikansi penyediaan *accessories* yaitu $0,006 < \alpha 0,05$. Berdasarkan kedua nilai tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti secara parsial penyediaan *accessories* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- Berdasarkan hasil analisis tabel 2 diketahui bahwa nilai t hitung variabel perbaikan produk sebesar 3,213, nilai itu lebih besar daripada t tabel 1,990, cara kedua dapat ditempuh dengan melihat nilai signifikansi perbaikan produk yaitu $0,002 < \alpha 0,05$. Berdasarkan kedua nilai tersebut maka dapat

disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti secara parsial perbaikan produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4. Berdasarkan hasil analisis tabel 2 diketahui bahwa nilai t hitung variabel konsultasi lanjutan sebesar 3,200, nilai itu lebih besar daripada t tabel 1,990, cara kedua dapat ditempuh dengan melihat nilai signifikansi konsultasi lanjutan yaitu $0,002 < \alpha 0,05$. Berdasarkan kedua nilai tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti secara parsial konsultasi lanjutan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Inteprestasi Data

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut di atas dapat diperoleh hasil bahwa untuk mengetahui variabel bebas yang paling kuat atau berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat dapat dilihat dari nilai koefisien regresi yang terbesar dan nilai t hitung yang tertinggi diantara variabel bebas yang ada.

Dari keterlibatan 85 responden menunjukkan bahwa hasil analisis dapat diketahui bahwa koefisien regresi variabel garansi (X_1) sebesar (0,274) dan nilai t hitung variabel garansi (X_1) sebesar 3,942 dapat dikatakan bahwa variabel garansi (X_1) paling besar dan paling tinggi dibandingkan dengan variabel lain sehingga dapat dikatakan bahwa variabel garansi (X_1) paling berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Samsung *smartphone*. Artinya konsumen setuju dan sangat puas terhadap pelayanan garansi yang di berikan Samsung Service Center Kediri. Hal ini sejalan dengan pernyataan Kotler (2002) dan Tjiptono (2006) bahwa garansi merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam melaksanakan layanan purna jual dan menjadi elemen penting dari proposisi nilai produk yang menjamin kualitas atau umur pemakaian

atas produk yang disertai dengan janji pengembalian uang, reparasi atau pengerjaan ulang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini, maka dapat diperoleh suatu kesimpulan sebagai berikut :

Berdasarkan pembahasan dan perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini, maka dapat diperoleh suatu kesimpulan sebagai berikut :

1. Garansi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Samsung *smartphone* pada Samsung Service Center Kediri. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,274 dengan nilai $t = 3,942$ dan Sig. = 0,000.
2. Penyediaan *accessories* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Samsung *smartphone* pada Samsung Service Center Kediri. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,209 dengan nilai $t = 2,801$ dan Sig. = 0,006.
3. Perbaikan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Samsung *smartphone* pada Samsung Service Center Kediri. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,232 dengan nilai $t = 3,212$ dan Sig. = 0,002.
4. Konsultasi Lanjutan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Samsung *smartphone* pada Samsung Service Center Kediri. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,257 dengan nilai $t = 3,200$ dan Sig. = 0,002.
5. Secara simultan pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dapat dilihat dari hasil koefisien determinan atau R square sebesar

0,740 artinya besarnya pengaruh variabel garansi (X_1), penyediaan *accessories* (X_2), perbaikan produk (X_3), konsultasi lanjutan (X_4) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) secara bersama-sama (simultan) sebesar 74%, sedangkan sisanya ($100\% - 74\% = 26\%$) di pengaruhi oleh

Saran

Dari hasil penelitian dan bahasan kesimpulan yang diperoleh, serta pengamatan langsung terhadap layanan purna jual pada Samsung Service Center Kediri ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan berkaitan dengan usaha untuk mengoptimalkan pelaksanaan dari aspek-aspek layanan purna jual Samsung *smartphone* di Samsung Service Center Kediri untuk lebih memuaskan konsumennya, diantaranya :

1. Penyediaan *accessories* sebaiknya ditingkatkan dan lebih lengkap lagi, mengingtk volume penjualan Samsung *smartphone* sedang menguasai pangsa pasar yang tinggi sehingga banyak konsumen mencari *accessories* original dengan harga terjangkau dengan pelayanan yang cepat dan berkualitas.
2. Ketepatan janji yang diberikan Teknisi mengenai penyelesaian pengerjaan perlu ditingkatkan lagi, untuk mengurangi keluhan yang timbul dari konsumen akibat dari keterlambatan pengerjaan. Penanganan keluhan perlu ditanggapi dengan baik dan cepat, hal ini untuk memberikan image yang baik dibenak konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan. Sehingga dengan demikian akan terjalin hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan konsumennya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S., (2002), *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*, Edisi Revisi VII, Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Ali, Lukman, (1997), *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Kedua, Jakarta : Balai Pustaka
- Arif (2007), *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, Malang : Bayu Media.
- Arif (2007), *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, Malang : Bayu Media.
- Barata, Atep Adya, (2003), *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, Cetakan pertama, Jakarta : PT. Gramedia
- _____ (2004), *Dasar- Dasar Pelayanan Prima*, Jakarta : PT. Alex Media Komputindo
- Basu, Swasta dan Handoko, (2000), *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta : Liberty.
- Kotler, Philips (2002), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jakarta: : Prehalindo.
- Karim, Azizah (2011), “Pengaruh Pelayanan Purna Jual terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen dalam membeli Yamaha Mio pada P.T Thamrin Brothers Cabang Lemabang di Palembang”.
<http://digilib.unpas.ac.id>.
Skripsi (Online) Diakses 11 Maret 2015
- _____ (2005), *Manajemen Pemasaran Jilid I*, Edisi Kesebelas, Jakarta : Prentice Hall.

Ladokun Isaac, O. Adeyemo S.A dan Ogunleye P. O (2013), *Impact Of After Sales Service On Oonsumer Satisfaction and Retention (Study of LG Electronics In Ibadan, Nigeria.*
<http://iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Vol11-issue4/H01145458.pdf> . Jurnal (Online) Diakses 22 Maret 2015.

Lupiyoandi, Rambat (2013), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Ketiga, Jakarta: Salemba Empat.

Magdalena, Dewi Victoria (2013) “Pengaruh pelayanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan PT. Surya Toto Indonesia Tbk.”
http://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Master-2537-DEWI_VM_UEU_MM46_201201018.pdf. Tesis (Online) Diakses 20 Maret 2015.

Sugiyono, (2013), *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : CV. Alfabeta.

Tjiptono, Fandy, (2000), *Strategi Pemasaran*. Edisi 3, Yogyakarta : Andy Offset.

_____ dan Gregorius Chandra (2006), *Service Quality Satisfaction*, Yogyakarta : Andi Offset.

_____ (2008), *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Andi Offset.

Zeithaml, V. A., L.L. Berry, dan A. Parasuraman (1996), *The Behavior Consequences of Service Quality*. Journal of Marketing, Vol. 60 (April), hlm. 31-46.