

## **Pengaruh Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Motor Yamaha Pt Hasjrat Abadi Kota Gorontalo**

*Halid Ahmad<sup>1</sup>, Raflin Hineo<sup>2</sup>, Andi Juanna<sup>3</sup>*

*Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia<sup>1</sup>  
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia<sup>2</sup>  
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia<sup>3</sup>*

*Email: [halidahmad0103@gmail.com](mailto:halidahmad0103@gmail.com)*

**Abstract:** *This research aims to determine the influence of After-Sales Service on the Satisfaction of Yamaha Motor Consumers at PT Hasjrat Abadi in Gorontalo City. Data collection for this study was conducted using a questionnaire, with a sample size of 80 individuals. The data analysis employed in this research was quantitative inferential analysis through simple regression. The research findings indicate that (1) After-sales service has a positive and significant influence on the satisfaction of Yamaha motor consumers at PT Yamaha Abadi in Gorontalo City. The positive regression coefficient signifies that high-quality after-sales service, perceived positively by consumers, is associated with and contributes to the satisfaction of Yamaha motor users at PT Yamaha Abadi in Gorontalo City. (2) The influence of after-sales service on the satisfaction of Yamaha motor consumers at PT Yamaha Abadi in Gorontalo City is 52.10%. The remaining 47.90% is influenced by other variables not examined in this study.*

**Keywords:** *Consumer Satisfaction; After-Sales Service*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Motor Yamaha PT Hasjrat Abadi Kota Gorontalo. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuesioner. Adapun jumlah sampel sebanyak 80 orang. Analisis data dalam penelitian ini yakni analisis kuantitatif inferensial regresi sederhana. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa (1) Layanan purna jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha pada PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo. Koefisien regresi positif memiliki makna bahwa layanan purna jual yang berkualitas dan dirasakan baik oleh konsumen akan beriringan dan selaras dengan terciptanya kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha pada PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo. (2) Pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha pada PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo sebesar 52,10%. Sedangkan sisanya sebesar 47,90% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Kepuasan Konsumen; Layanan Purna Jual*

### **PENDAHULUAN**

Salah satu alat transportasi darat yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam menunjang aktivitasnya adalah alat transportasi sepeda motor. Hal ini dikarenakan industri sepeda motor nasional merupakan industri yang masih terus mengalami pertumbuhan. Pertumbuhan didorong oleh kebutuhan masyarakat akan alat transportasi yang mudah dan fleksibel. Dalam perkembangannya konsumen tidak hanya sekedar membeli produk untuk mendapatkan manfaat dari produk itu sendiri, tetapi pada umumnya, konsumen mengharapkan agar untuk semua produk khususnya kendaraan bermotor roda dua atau sepeda motor yang dibeli juga diikuti pelayanan purna jual yang baik.

Persaingan yang ketat dalam industri ini membuat konsumen menghadapi terlalu banyak pilihan produk sepeda motor yang akan dibeli. Salah satu industri yang berkembang dengan baik dan memiliki persaingan yang ketat yaitu industri alat transportasi sepeda motor Yamaha. Teknologi dalam sepeda motor Yamaha merupakan salah satu daya Tarik untuk menarik perhatian konsumen untuk membeli. Selain di dukung dengan ternologi yang semakin canggih, Suku Cadang Yamaha juga tidak tanggung-tanggung dengan harganya yang lumayan mahal. Desain atau model unik

serta teknologi canggih pendukung lainnya yang merupakan daya Tarik tersendiri untuk memenuhi kepuasan konsumen.

Dapat menjaga kepuasan konsumen dan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk, perusahaan harus melakukan pelayanan terhadap konsumen, baik setelah penjualan maupun saat pembelian produk. Pelayanan tersebut dikenal sebagai pelayanan purna jual. Layanan purna jual merupakan tanggung jawab penjual atas kualitas barang yang dijualnya dan dapat diberikan dalam bentuk dalam bentuk konsultasi lanjutan atas garansi berupa pergantian barang (suku cadang) yang rusak, dan reparasi. Menurut Kotler (2002:508) Layanan purna jual adalah layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen setelah terjadinya transaksi penjualan. Peranan layanan purna jual bertujuan untuk memberikan layanan dengan standar dan kualitas yang baik untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Dalam melakukan layanan purna jual perusahaan harus mengetahui apa sebenarnya yang diinginkan oleh konsumen, karena konsumen akan puas terhadap produk yang dibeli serta layanan dan hubungan yang baik dari pihak perusahaan, dan mendorong kesetiaan, loyalitas pelanggan terhadap produk dan perusahaan. Sebaik apapun produk yang dijual perusahaan tidak dapat memuaskan konsumen, maka pelanggan dengan mudah berpaling dari produk dan perusahaan lain.

Kotler dan Keller (2004:68) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dengan harapan yang dimiliki. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Konsekuensi kepuasan/ketidakpuasan konsumen sangat penting bagi kalangan bisnis, pemerintah dan juga konsumen. Kepuasan konsumen ini penting dalam dunia pemasaran, karena akan berpengaruh pada perilaku konsumen pada masa yang akan datang, sehingga akan mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen tersebut apakah akan menjadi pembeli ulang/langganan (repeat buyer) atau berhenti menjadi pelanggan atas suatu produk atau jasa.

Kepuasan konsumen sendiri dapat tercipta melalui penyampaian nilai positif yang terdiferensiasi dengan pemberian pelayanan yang superior kepada konsumen agar mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen. Sehingga dalam usaha bisnis jasa, untuk dapat mempertahankan pelanggannya pemasar juga harus mengetahui alasan pelanggan untuk tetap bertahan pada jasa suatu perusahaan, Apakah mereka puas dan mendapat nilai yang mereka harapkan pada layanan jasa yang diberikan.

Dalam suatu perusahaan, makna yang sangat penting bagi perusahaan dipegang oleh kepuasan konsumen. Tanpa terciptanya kepuasan pelanggan maka pelanggan tidak akan bertahan pada jasa suatu perusahaan, sehingga perusahaan tersebut tidak akan berjalan baik dan tidak akan berkembang. Suatu perusahaan memang akan berkembang jika memiliki pelanggan yang banyak. Maka dari itu perusahaan harus membina bagaimana caranya agar karyawan bisa semaksimal mungkin untuk bisa menjaga hubungan baik dengan setiap konsumen yang datang untuk membeli. Kepuasan konsumen merupakan konsep penting dalam konsep pemasaran. Melihat tingginya tingkat kepentingannya pada pemasaran, kepuasan menjadi subyek dari beberapa penelitian konsumen yang dilakukan cukup gencar oleh perusahaan.

Menurut Barata (2003:45), setiap pelanggan mengharapkan layanan purna jual yang baik untuk semua barang atau jasa yang mereka beli. Layanan purna jual dapat mencakup tanggung jawab produsen atau penjual, seperti jaminan penggantian barang yang tidak sesuai atau rusak, pemeliharaan barang dalam waktu tertentu, penyediaan tempat perbaikan, tempat suku cadang, serta tempat pengaduan atau klaim dari konsumen.

Selain itu, menurut Kotler (2005:133), layanan purna jual bertujuan memberikan dukungan terbaik dari perusahaan kepada pelanggan. Perusahaan melibatkan beberapa tahap dalam menyediakan layanan purna jual. Pengertian layanan purna jual adalah bahwa perusahaan dapat memuaskan pelanggan setelah pembelian barang atau jasa. Dengan demikian, tujuan layanan purna jual adalah untuk menjamin konsumen dalam penggunaan produk atau jasa yang mereka beli.

Pada dasarnya tujuan dari industri jasa adalah untuk memberikan kepuasan bagi konsumen melalui pelayanan yang baik serta keramah-tamahan sehingga akan terjalin hubungan yang baik antara pihak penyedia jasa dan konsumen. Hal tersebut tentu saja memberikan dampak positif bagi penyedia jasa serta membangun image positif dimata konsumen. Pelayanan yang kurang memuaskan akan menyebabkan berkurangnya konsumen atau bahkan hilang karena konsumen beralih ke jasa layanan lain yang memiliki pelayanan yang lebih baik.

Kepuasan konsumen terhadap suatu produk atau jasa sebenarnya adalah hal yang tidak mudah didapatkan jika perusahaan jasa atau industry tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan konsumen. Untuk produk atau jasa yang memiliki kualitas sama dapat memberikan kepuasan yang berbeda untuk konsumen yang berbeda pula. Oleh karena itu setiap perusahaan harus bisa memahami kebutuhan konsumen untuk dapat mendapatkan kepuasan dari konsumen baik itu dari segi kualitas ataupun pelayanan produk atau jasa.

Dengan demikian, penting bagi perusahaan untuk memahami harapan pelanggan terhadap layanan purna jual yang baik. Tanggung jawab produsen atau penjual dalam memberikan jaminan penggantian barang yang tidak sesuai atau rusak, pemeliharaan barang, dan menyediakan tempat perbaikan, suku cadang, serta tempat pengaduan atau klaim dari konsumen dapat mencerminkan kualitas layanan purna jual yang diberikan. Tujuan utama layanan purna jual adalah untuk memberikan dukungan terbaik kepada pelanggan setelah mereka melakukan pembelian barang atau jasa dari perusahaan tersebut.

Tabel 1. Data Penjualan motor Yamaha PT. Hasjrat Abadi 2019

<b>Bulan</b>	<b>Unit</b>
Januari	26 unit
Februari	27 unit
Maret	39 unit
April	37 unit
Mei	45 unit
Juni	28 unit
Juli	31 unit
Agustus	33 unit
September	26 unit
Oktober	39 unit
November	32 unit
Desember	42 unit
<b>Total</b>	<b>405 unit</b>

Sumber: Penjualan PT Hasjrat Abadi Kota Gorontalo

Data tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini menjadi populasi adalah konsumen PT Hasjrat Abadi Kota Gorontalo 405 orang. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul Pengaruh Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Motor Yamaha PT Hasjrat Abadi Kota Gorontalo

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah kuantitatif. Data primer diperoleh melalui penggunaan kuesioner dan wawancara. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari responden dengan pertanyaan terstruktur yang dapat diukur secara objektif. Wawancara dilakukan dengan narasumber untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang topik penelitian. Kombinasi penggunaan kuesioner dan wawancara memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data kuantitatif dan mendalam tentang fenomena yang diteliti. Penelitian ini dilakukan pada PT Hasjrat Abadi, jalan Ahmad Yani No 9, Kota Timur, Kota Gorontalo. Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen PT Hasjrat Abadi Kota Gorontalo berjumlah 405 orang. Dengan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin sehingga sampel yang didapatkan dari populasi yaitu berjumlah sebanyak 80 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

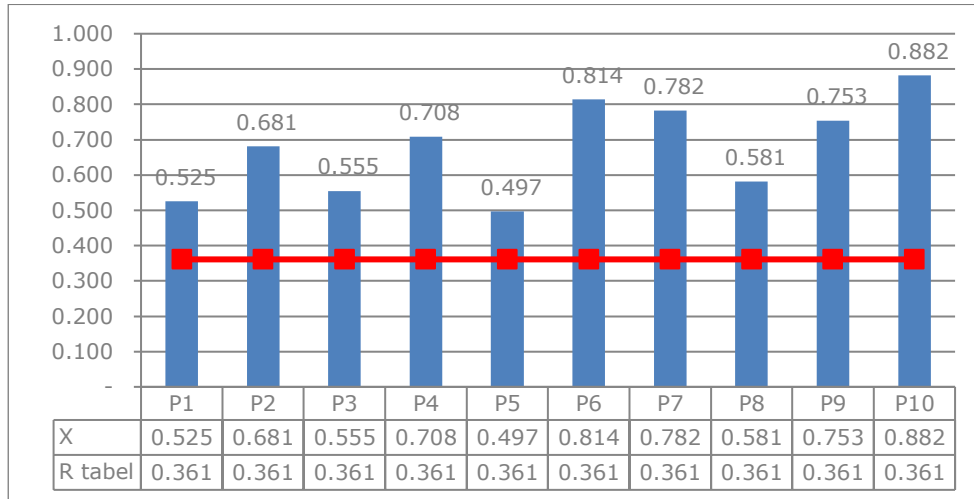
## **HASIL PENELITIAN**

### **Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Adapun hasil pengujian validitas masing-masing variabel dapat dilihat sebagai berikut:

1. Variabel Layanan Purna Jual

Jumlah pernyataan yang digunakan untuk mengukur pengaruh layanan purna jual dalam penelitian ini sebanyak 10 pernyataan pada 30 responden (n=30). Pengujian validitas pernyataan tersebut disajikan pada Gambar 1 sebagai berikut:

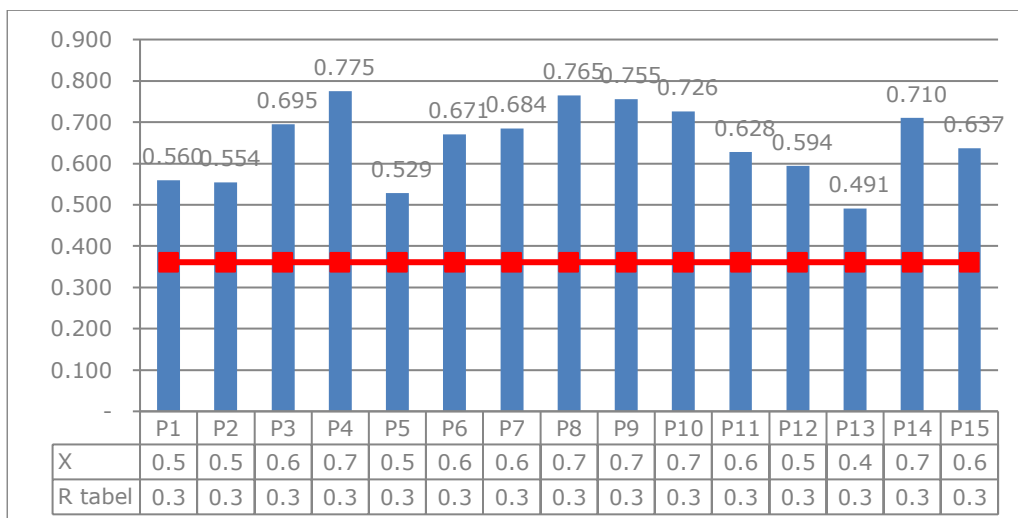


Gambar 1: Hasil Uji Validitas Variabel Layanan purna jual

Dalam pengujian validitas, pernyataan dikatakan valid jika r-hitung lebih besar dari r-tabel. Nilai r-tabel didapatkan dari tabel *rho* dimana n=30 dan tingkat signifikan 5% maka nilai r-tabel sebesar 0,361. Dengan demikian dari 10 pernyataan yang digunakan untuk mengukur pengaruh dari variabel Layanan purna jual, semua pernyataan telah memiliki nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel 0,361 sehingga dikatakan memenuhi uji validitas dan dapat digunakan untuk pengumpulan data penelitian.

2. Variabel Kepuasan konsumen

Jumlah pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Kepuasan konsumen dalam penelitian ini sebanyak 15 pernyataan pada 30 responden (n=30). Hasil pengujian validitas seluruh pernyataan tersebut disajikan pada Gambar 2 sebagai berikut:



Gambar 2: Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan konsumen

Dalam pengujian validitas, pernyataan dikatakan valid jika r-hitung lebih besar dari r-tabel. Nilai r-tabel didapatkan dari tabel dimana  $n=30$  dan tingkat signifikan 5% maka nilai r-tabel sebesar 0,361. Dengan demikian dari 15 pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Kepuasan konsumen, semua pernyataan telah memiliki nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel sebesar 0,361 sehingga dikatakan memenuhi uji validitas dan dapat digunakan untuk pengumpulan data penelitian.

### Uji Reliabilitas

Pengambilan keputusan berdasarkan nilai alpha Cronbach jika nilai Alpha melebihi atau sama dengan 0,6 maka pernyataan variabel tersebut reliabel dan sebaliknya (Ghozali, 2005). Hasil uji reliabilitas untuk variabel-variabel penelitian dijabarkan sebagai berikut:

#### 1. Variabel Layanan purna jual

Pengujian reliabilitas untuk pernyataan Layanan purna jual disajikan pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Layanan purna jual

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PX1	30.4333	42.668	.413	.850
PX2	30.4333	41.426	.606	.836
PX3	30.5333	41.568	.432	.849
PX4	32.0000	36.621	.578	.840
PX5	30.4000	43.283	.388	.851
PX6	30.5000	41.362	.775	.829
PX7	29.9333	42.271	.742	.833
PX8	30.8000	39.821	.433	.853
PX9	31.2333	39.633	.683	.828
PX10	31.5333	33.568	.823	.809

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2021

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan teknik alpha cronbach sebagaimana yang disajikan pada Tabel 2 di atas untuk variabel Layanan purna jual diperoleh semua nilai koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha lebih besar dari nilai patokan yang telah ditentukan yaitu 0.6. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen Layanan purna jual dalam penelitian ini dapat dipercaya dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

#### 2. Variabel Kepuasan konsumen

Pengujian reliabilitas untuk pernyataan Kepuasan konsumen disajikan pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3: Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kepuasan konsumen

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PY1	50.0667	44.892	.460	.871
PY2	50.0000	44.414	.442	.874
PY3	49.6000	44.455	.633	.863
PY4	49.3000	46.424	.747	.863
PY5	49.9333	44.685	.411	.876
PY6	50.8667	39.706	.535	.878
PY7	49.5000	45.569	.631	.864
PY8	49.3333	46.230	.733	.863
PY9	49.3333	46.299	.722	.863
PY10	49.4000	45.559	.681	.862
PY11	49.4667	46.189	.569	.866
PY12	49.3333	47.471	.546	.869
PY13	49.5667	46.737	.404	.873
PY14	49.6667	44.230	.650	.862

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PY15	49.4333	46.668	.586	.866

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2021

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan teknik alpha cronbach sebagaimana yang disajikan pada Tabel 3 di atas untuk variabel Kepuasan konsumen diperoleh semua nilai koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha lebih besar dari nilai patokan yang telah ditentukan yaitu 0.6. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen Kepuasan konsumen dalam penelitian ini dapat dipercaya dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

### Demografi Responden

Karakteristik atau demografi konsumen dalam penelitian akan diuraikan berikut ini.

#### 1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun gambaran umum konsumen yang menjadi responden penelitian berdasarkan jenis kelamin disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	47	58.8	58.8	58.8
	Perempuan	33	41.3	41.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Sumber: Data olahan SPSS 21, 2021

Dari tabel 4 di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 47 orang (58,80%). Kemudian untuk responden yang berjenis kelamin perempuan yakni sebanyak 33 orang (41,30%). Berdasarkan penjelasan tersebut maka karakteristik jenis kelamin yang mendominasi yakni responden yang berjenis kelamin laki-laki.

#### 2. Berdasarkan Umur

Adapun gambaran umum konsumen yang menjadi responden penelitian berdasarkan umur disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 5. Distribusi responden berdasarkan umur responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30 Tahun	35	43.8	43.8	43.8
	31-40 Tahun	35	43.8	43.8	87.5
	41-50 Tahun	8	10.0	10.0	97.5
	> 50 tahun	2	2.5	2.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Sumber: Data olahan SPSS 21, 2021

Dari Tabel 5 di atas dapat dilihat bahwa berdasarkan umur, responden yang dominan yakni yang berumur 21-30 tahun dan 31-40 tahun yakni sebanyak 35 orang (43,80%). Kemudian responden dengan frekuensi terkecil yakni yang berumur > 50 tahun yakni sebanyak 2 orang (2,50%)

#### 3. Berdasarkan Pendidikan

Adapun gambaran umum konsumen yang menjadi responden penelitian berdasarkan pendidikan disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 6. Distribusi responden berdasarkan pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD/Sederajat	5	6.3	6.3	6.3
	SMP/Sederajat	18	22.5	22.5	28.8
	SMA/Sederajat	37	46.3	46.3	75.0
	Sarjana	20	25.0	25.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Sumber: Data olahan SPSS 21, 2021

Dari Tabel 6 di atas dapat dilihat bahwa berdasarkan pendidikan, responden yang dominan yakni tingkat pendidikan SMA/ sederajat yakni sebanyak 37 orang (46,30%). Kemudian responden dengan frekuensi terkecil yakni dengan tingkat pendidikan SD/ sederajat yakni sebanyak 5 orang (6,30%).

#### Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dilaksanakan pada konsumen pada PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo dengan cara menyebar angket/kuisisioner penelitian kepada responden yang telah ditentukan (konsumen). Data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dengan menggunakan daftar pernyataan (kuisisioner) yang telah disebarlangsung. Jumlah responden yang menjadi subjek penelitian sebanyak 80 responden yang memenuhi standar sampel penelitian. Kuisisioner disebarlangsung kemudian ditunggu oleh peneliti sehingga kuisisioner yang kembali sebanyak 80 kuisisioner. Tingkat pengembalian kuisisioner (response rate) dan dapat digunakan (response use) sebesar 100%, dihitung dari presentase jumlah kuisisioner yang kembali dan dapat digunakan (80 kuisisioner) dibagi total yang dikirim (80 kuisisioner). Data yang terkumpul dalam penelitian kemudian diolah untuk menghasilkan simpulan dari pengujian atas hipotesis yang dinyatakan sebelumnya.

Kriteria interpretasi skor berdasarkan jawaban responden dapat ditentukan dengan skor maksimum setiap kuisisioner adalah 5 dan skor minimum adalah 1 maka dapat diketahui rentang skala adalah dengan mengalikan skor tertinggi dengan jumlah responden dan mengalikan skor terendah dengan jumlah responden jumlah responden. Diketahui responden dalam penelitian ini sebanyak 80 orang dengan nilai skor tertinggi 5 dan skor terendah 1. Sehingga hasil perhitungan jawaban responden disajikan berikut ini:

$$\begin{aligned} \text{Skor Tertinggi} &= 5 \times 80 = 400 \text{ (100\%)} \\ \text{Skor Terendah} &= 1 \times 80 = 80 \text{ (20,00\%)} \\ \text{Rentang Skala} &= (400-80)/4 = 80 \text{ (20,00\%)} \end{aligned}$$

Sehingga berdasarkan rentang skala tersebut dibuat penilaian (mengacu pada Narimawati, 8007: 85) sebagaimana terlihat pada Tabel 5 berikut.

Table 7. Interpretasi Skor

No	Persentase Skor	Kriteria
1	20,01% - 40,00%	Sangat Rendah/Tidak Efektif
2	40,01% - 60,00%	Rendah/Kurang Efektif
3	60,01% - 80,00%	Sedang/Cukup Efektif
4	80,01% - 100,00%	Tinggi/Efektif

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui kriteria dari tiap pernyataan, indikator maupun variabel. Perhitungan skor dapat diperoleh melalui perhitungan berikut ini:

$$\% \text{ Skor Pernyataan} = (\text{Skor Aktual}) / (\text{Skor Ideal}) \times 100\%$$

Keterangan:

- a. Skor Aktual adalah skor yang diperoleh dari jawaban seluruh responden atas kusioner yang telah diajukan.
- b. Skor ideal adalah skor maksimum atau skor tertinggi yang mungkin diperoleh jika semua responden memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Hasil pengujian analisis deskriptif yakni analisis atas jawaban responden dapat disajikan barikut ini:

1. Layanan purna jual

Adapun hasil analisis deskriptif yakni pendekatan kriteria jawaban responden Layanan purna jual disajikan sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Deskriptif Variabel Layanan purna jual

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	31	38.8	38.8	38.8
	Cukup Baik	40	50.0	50.0	88.8
	Kurang Baik	9	11.3	11.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2021

Berdasarkan hasil pada Tabel 8 terlihat bahwa sebagian konsumen PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo yang merasakan bahwa layanan purna jual sudah baik sebanyak 31 orang atau sebesar 38,80%. Kemudian konsumen yang merasakan bahwa layanan purna jual cukup baik sebanyak 40 orang atau 50,00% serta konsumen yang merasakan bahwa layanan purna jual kurang baik sebanyak 9 orang atau sebesar 11,30%. Sehingga dapat dikatakan bahwa layanan purna jual telah diberikan oleh pihak perusahaan sebagai bagian dari upaya untuk memberikan kepuasan pada konsumen.

Selain hasil yang diklasifikasikan tiap responden, berikut ini juga dapat disajikan hasil dari tiap pernyataan dan indikator untuk variabel layanan purna jual:

Tabel 9. Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel Layanan purna jual

No	Skor Pernyataan			Skor Indikator	Kriteria Pernyataan	Kriteria Indikator
	Aktual	Ideal	%			
X1	294	400	73.50%	76.08%	Cukup Baik	Cukup Baik
X2	312	400	78.00%		Cukup Baik	
X3	307	400	76.75%		Cukup Baik	
X4	306	400	76.50%	76.88%	Cukup Baik	Cukup Baik
X5	300	400	75.00%		Cukup Baik	
X6	299	400	74.75%		Cukup Baik	
X7	325	400	81.25%	77.75%	Baik	Cukup Baik
X8	330	400	82.50%		Baik	
X9	301	400	75.25%		Baik	
X10	302	400	75.50%		Baik	
<b>Total</b>	<b>3,076</b>	<b>4,000</b>	<b>76.90%</b>	<b>Cukup Baik</b>		

Sumber: Pengolahan data Excel, 2021

Berdasarkan hasil pada Tabel 9 terlihat bahwa variabel layanan purna jual terletak pada kriteria yang cukup baik dengan skor variabel sebesar 76,90%. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen pada PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo telah khususnya untuk divisi service senantiasa memberikan layanan purna jual kepada konsumen sebagai bagian dari tanggung jawab atas produk atau kendaraan bermotor yang dibeli oleh konsumen bisa digunakan dengan waktu yang lama. Layanan purna jual yang diberikan oleh dealer ini harus terus dimaksimalkan agar menciptakan



kepuasan bagi konsumen yang akhirnya membuat citra produk dan dealer menjadi lebih baik. Dari beberapa indikator yang digunakan, layanan purna jual yang terbaik yakni pada aspek suku cadang yang artinya suku cadang Yamaha tersedia dengan memadai pada PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo. Kemudian aspek terendah garansi yang artinya tidak keseluruhan komponen masuk dalam garansi terutama jika itu kesalahan fatal dari konsumen.

## 2. Kepuasan konsumen

Adapun hasil analisis deskriptif yakni pendekatan kriteria jawaban responden Kepuasan konsumen disajikan sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Deskriptif Variabel Kepuasan konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Puas	22	27.5	27.5	27.5
	Cukup Puas	40	50.0	50.0	77.5
	Kurang Puas	18	22.5	22.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2021

Berdasarkan hasil pada tabel 10 terlihat bahwa sebanyak 22 orang konsumen atau sebesar 27,50% konsumen pada PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo yang merasa puas. Kemudian konsumen yang merasa cukup puas sebanyak 40 orang atau sebesar 50,00%. Serta konsumen yang merasa kurang puas sebanyak 18 orang atau sebesar 22,50% dari keseluruhan konsumen yang menjadi sampel penelitian.

Selain hasil yang diklasifikasikan tiap responden, berikut ini juga dapat disajikan hasil dari tiap pernyataan dan indikator untuk variabel kepuasan konsumen:

Tabel 11. Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel Kepuasan konsumen

No	Skor Pernyataan			Skor Indikator	Kriteria Pernyataan	Kriteria Indikator
	Aktual	Ideal	%			
Y1	275	400	68.75%	75.58%	Cukup Puas	Cukup Puas
Y2	311	400	77.75%		Cukup Puas	
Y3	321	400	80.25%		Cukup Puas	
Y4	225	400	56.25%	66.88%	Kurang Puas	Cukup Puas
Y5	254	400	63.50%		Cukup Puas	
Y6	282	400	70.50%		Cukup Puas	
Y7	309	400	77.25%		Cukup Puas	
Y8	296	400	74.00%	76.13%	Cukup Puas	Cukup Puas
Y9	313	400	78.25%		Cukup Puas	
Y10	309	400	77.25%	76.75%	Cukup Puas	Cukup Puas
Y11	305	400	76.25%		Cukup Puas	
Y12	241	400	60.25%	64.13%	Cukup Puas	Cukup Puas
Y13	254	400	63.50%		Cukup Puas	
Y14	265	400	66.25%		Cukup Puas	
Y15	266	400	66.50%		Cukup Puas	
<b>Total</b>	<b>4,226</b>	<b>6,000</b>	<b>70.43%</b>		<b>Cukup Puas</b>	

Sumber: Pengolahan data Excel, 2021

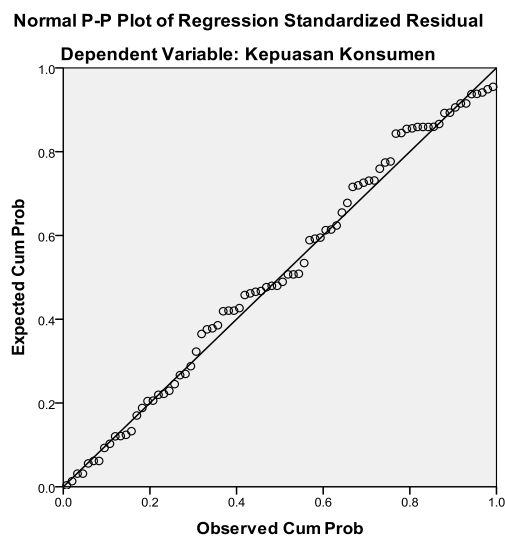
Berdasarkan hasil pada Tabel 11 terlihat bahwa skor variabel kepuasan konsumen sebesar 70,43% yang berada pada kategori cukup puas. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo selaku distributor (dealer) dari produk motor Yamaha memiliki kemampuan yang cukup baik dalam memberikan kepuasan kepada konsumen melalui berbagai upaya layanan purna jual yang menjadi kewajiban dari dealer kendaraan bermotor. Dari hasil tiap indikator ditemukan bahwa

kepuasan konsumen yang terbaik yakni pada aspek biaya dimana biaya dalam penggunaan motor Yamaha relatif stabil karena adanya ketersediaan suku cadang yang banyak dan adanya layanan service yang diberikan secara gratis selama masa tanggung jawab purna jual motor. Kemudian aspek terendah atau kurang optimal yakni kepuasan pada harga dimana dari beberapa kompetitor kendaraan bermotor roda 2 di Gorontalo bahwa produk Yamaha memang lebih mahal dibandingkan lainnya.

### PraSyarat Analisis Regresi Sederhana

#### 1. Pengujian Normalitas Data

Pengujian Normalitas juga dapat diidentifikasi dengan metode Normal Probability Plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Hasil Normal Probability Plot untuk uji normalitas adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Grafik Hasil Pengujian Normal Probability Plot

Berdasarkan gambar tersebut dapat dilihat bahwa data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dengan mengikuti dasar pengambilan keputusan di atas, maka disimpulkan bahwa data dalam model regresi ini memenuhi asumsi normalitas data. Dapat pula dilihat bahwa terdapat beberapa titik distribusi data yang agak melenceng, sehingga perlunya dilakukan pengujian Kolmogorov Smirnov. Kolmogorov Smirnov merupakan pengujian normalitas yang dilakukan pada residual pengujian regresi (Santoso, 8012: 280). Dalam rangka mengetahui normal tidaknya distribusi variabel dalam penelitian ini dilakukan dengan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S test). Jika nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari nilai alpha (0,05), maka data mengikuti distribusi normal. Hasil uji One Sample Kolmogorov Smirnov dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut:

Tabel 12. Hasil Pengujian Normalitas

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.10849613
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.044
	Negative	-.082
Kolmogorov-Smirnov Z		.735
Asymp. Sig. (2-tailed)		.652

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa pengujian normalitas data (Kolomogorov Smirnov) ditemukan nilai Kolomogorov Smirnov (KS) dari Residual regresi yakni sebesar 0,735. Nilai tersebut lebih kecil dibandingkan dengan nilai Z tabel. Sehingga dapat dikatakan bahwa data dalam penelitian ini memiliki nilai yang berdistribusi normal. Hal yang sama juga dapat dilihat dari pengujian dengan melihat nilai probabilitas (signifikansi Kolomogorov Smirnov). Probabilitas pengujian dari Residual regresi yakni sebesar 0,652. Nilai probabilitas atau signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dengan demikian Ho diterima, data dalam penelitian ini memenuhi uji Normalitas (Data berdistribusi normal).

## 2. Uji Linearitas

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya, diperoleh nilai F hitung sebagai berikut:

Tabel 13. Hasil Linearitas Persamaan Model Regresi

	Kepuasan Konsumen * Purna Jual				
	Between Groups			Within Groups	Total
	(Combined)	Linearity	Deviation from Linearity		
Sum of Squares	6459.102	4292.950	2166.152	2872.448	9331.550
df	25	1	24	54	79
Mean Square	258.364	4292.950	90.256	53.193	
F	4.857	80.704	1.697		
Sig.	.000	.000	.055		

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2021

Hasil pengujian linieritas dan keberartian persamaan regresi yang menggambarkan hubungan linier dan berarti atau tidak, digunakan tabel Anova. Dari tabel Anova diperoleh harga Fhitung sebesar 1,697 dan Fdaftar (0.95) (24.54) diperoleh 1,721. Karena Fhitung lebih kecil dari Fdaftar (1,697 ≤ 1,721), maka dapat disimpulkan bahwa data berpola linier.

## 3. Pengujian Kebaikan Model Regresi (Goodness of Fit)

Hasil pengujian linearitas persamaan model regresi disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 14. Hasil Keberartian Persamaan Model Regresi

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3208.984	1	3208.984	84.912	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2947.784	78	37.792		
	Total	6156.769	79			

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2021

Dari hasil diatas didapat nilai F-hitung sebesar 84,912. Adapun nilai F-tabel pada tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas pembilang (df1) sebesar k =1 dan derajat bebas penyebut (df2) sebesar N-k-1 = 80-1-1 = 78 adalah sebesar 3,963. Jika kedua nilai F ini dibandingkan, maka nilai F-hitung yang diperoleh jauh lebih besar F-tabel sehingga Ho ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dihasilkan sudah sesuai dengan data.

## Analisis Regresi

### 1. Hasil Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serta memprediksi nilai variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas. Hasil perhitungan regresi dengan menggunakan program SPSS 21 yang disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 15. Pengujian Regresi Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.244	3.795		2.699	.009
	Purna Jual	1.034	.112	.722	9.215	.000

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2021

Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel di atas, maka diperoleh persamaan regresi yaitu:

$$\hat{Y} = 10,244 + 1,034 X$$

Berdasarkan model persamaan regresi tersebut, maka dapat diinterpretasikan hal-hal sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 10,244 menunjukkan Jika tidak terdapat pengaruh dari variabel Layanan purna jual, maka rata-rata nilai dari variabel kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha pada PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo adalah sebesar 10,244 satuan.
- Nilai Koefisien Regresi Variabel X (Layanan purna jual), menunjukkan setiap peningkatan variabel Layanan purna jual sebesar 1 satuan maka Kepuasan konsumen sebesar akan mengalami peningkatan (sebab koefisien positif) sebesar 1,034 kali satuan.
- Nilai Koefisien regresi dengan arah positif menunjukkan bahwa layanan purna jual yang berkualitas akan mampu meningkatkan kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha pada PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo.

2. Pengujian Hipotesis (Pengaruh Layanan purna jual terhadap Kepuasan konsumen)

Setelah diperoleh model persamaan regresi, maka langkah selanjutnya melakukan pengujian hipotesis. Hal ini dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \sqrt{(r \cdot n - 2)} / \sqrt{(1 - r^2)}$$

Hasil pengujian hipotesis yang menggunakan uji t disajikan sebagai berikut:

Tabel 16. Hasil Uji Parsial X terhadap Y

Model	(Constant)	Variabel X
Nilai Koefisien (t-Hitung)	2.699	9.215
Signifikansi	0,009	<b>0,000</b>
t <sub>tabel</sub>		1,991
Keterangan		Berpengaruh Signifikan

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2021

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa nilai t-hitung untuk variabel Layanan purna jual diperoleh sebesar 9,215 (dapat dilihat pula pada tabel model regresi) sedangkan nilai t-tabel pada tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas n-k-1 = 80-1-1 = 78 sebesar 1,991 (Pengujian ini sifatnya dua arah, sebab proposisi hipotesis tidak mengisyaratkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat merupakan pengaruh yang positif atau negatif).

Jika kedua nilai t ini dibandingkan maka nilai t-hitung masih lebih besar dibandingkan dengan nilai t-tabel (9,215 > 1,991) sehingga H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Selain itu apabila kita membandingkan nilai signifikansi atau Probability (Pvalue), maka dapat dilihat bahwa nilai Probability atau Pvalue (0,000) dari pengujian ini lebih kecil dari 0.05. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa layanan purna jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha pada PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo.

Pembuktian mengenai hasil pengaruh positif dan signifikan tersebut dapat dilihat dari tabel tabulasi silang antara layanan purna jual dengan kepuasan konsumen sebagai berikut ini:

Tabel 17. Hasil Tabulasi Silang X dengan Y

		Purna Jual			Total
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
Kepuasan Konsumen	Puas	18	4	0	22
	Cukup Puas	10	25	5	40
	Kurang Puas	3	11	4	18
Total		31	40	9	80

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2021

Hasil tabel di atas menunjukkan sebanyak 31 orang yang memiliki persepsi bahwa layanan purna jual sudah baik dimana dari 31 orang tersebut terdapat 18 orang merasa puas, sementara untuk 10 orang merasa cukup puas dan 3 orang merasa kurang puas. Sebanyak 40 orang yang memiliki persepsi bahwa layanan purna jual cukup baik dimana dari 40 orang tersebut terdapat 4 orang merasa puas, sementara untuk 25 orang merasa cukup puas dan 11 orang merasa kurang puas. Serta sebanyak 9 orang yang memiliki persepsi bahwa layanan purna jual kurang baik dimana dari 9 orang tersebut terdapat 5 orang merasa cukup puas dan 4 orang merasa kurang puas. Sehingga dapat dikatakan bahwa layanan purna jual yang berkualitas dan dirasakan baik oleh konsumen akan beriringan dan selaras dengan terciptanya kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha pada PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo.

#### Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi merupakan suatu nilai yang besarnya berkisar antara 0%-100%. Hasil perhitungan koefisien detreminasi dengan menggunakan program SPSS 21 yang disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 18. Pengujian Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.722 <sup>a</sup>	.521	.515	6.14753

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2021

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi pada tabel di atas menunjukkan besarnya koefisien determinasi atau angka R Square adalah sebesar 0,521. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 52,10% variabilitas kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha pada PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo dapat dijelaskan oleh layanan purna jual, sedangkan sisanya sebesar 47,90% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel lain tersebut yakni berupa faktor psikologis konsumen, citra merk, kompetensi merk, kepercayaan diri atas produk Yamaha dan inovasi produk dan layanan distributor (dealer).

#### PEMBAHASAN

Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya. Pelanggan merasa puas kalau harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira kalau harapan mereka terlampaui. Pelanggan yang puas cenderung tetap loyal lebih lama, membeli lebih banyak, kurang peka terhadap perubahan harga dan pembicaraannya menguntungkan perusahaan. Menurut Tjiptono (2015:134) kepuasan konsumen tercapai bila kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi, maka kepuasan konsumen telah tercipta. Kepuasan konsumen sangatlah penting karena informasi tentang kepuasan konsumen dapat menjadikan suatu masukan bagi perusahaan untuk dijadikan dasar perbaikan dalam strategi pemasaran suatu perusahaan.

Hasil analisis jawaban responden melalui statistik deskriptif variabel kepuasan konsumen diperoleh bahwa skor variabel kepuasan konsumen sebesar 70,43% yang berada pada kategori cukup puas. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo selaku distributor (dealer) dari produk motor Yamaha memiliki kemampuan yang cukup baik dalam memberikan kepuasan kepada konsumen melalui berbagai upaya layanan purna jual yang menjadi kewajiban dari dealer kendaraan bermotor. Dari hasil tiap indikator ditemukan bahwa kepuasan konsumen yang terbaik yakni pada aspek biaya dimana biaya dalam penggunaan motor Yamaha relatif stabil karena adanya ketersediaan suku cadang yang banyak dan adanya layanan service yang diberikan secara gratis selama masa tanggung jawab purna jual motor. Kemudian aspek terendah atau kurang

optimal yakni kepuasan pada harga dimana dari beberapa kompetitor kendaraan bermotor roda 2 di Gorontalo bahwa produk Yamaha memang lebih mahal dibandingkan lainnya.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat memuaskan konsumennya. Kepuasan konsumen menurut Kotler (2013:138) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan konsumen untuk datang kembali untuk pembelian ulang, serta dapat juga membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan. Semakin banyak pesaing, perusahaan semakin dituntut untuk dapat melihat setiap kesempatan serta mengembangkan strategi untuk dapat memberikan kepuasan konsumen secara maksimal. Sebagai contoh perusahaan harus mampu memberikan kualitas produk dengan mutu terbaik, fasilitas lengkap, harga menarik, promosi yang baik, dan citra perusahaan positif terhadap konsumen. Untuk itu diperlukan strategi untuk dapat bersaing secara kompetitif dengan perusahaan lain.

Salah satu faktor penting dalam menciptakan dan meningkatkan kepuasan konsumen adalah layanan purna jual. Menurut Kotler (2013:133), layanan purna jual adalah untuk memberikan dukungan yang terbaik perusahaan memberikan layanan purna jual, sebagian besar perusahaan bergerak beberapa tahap. Berdasarkan pengertian layanan purna jual ialah bahwa sebuah perusahaan dapat memuaskan para pelanggan atau konsumen setelah membeli atas barang atau jasa dari perusahaan. Jadi, layanan purna jual untuk menjamin konsumen terhadap pemakaian produk atau jasa tersebut.

Hasil analisis jawaban responden melalui statistik deskriptif variabel layanan purna jual diperoleh bahwa variabel layanan purna jual terletak pada kriteria yang cukup baik dengan skor variabel sebesar 76,90%. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen pada PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo telah khususnya untuk divisi service senantiasa memberikan layanan purna jual kepada konsumen sebagai bagian dari tanggung jawab atas produk atau kendaraan bermotor yang dibeli oleh konsumen bisa digunakan dengan waktu yang lama. Layanan purna jual yang diberikan oleh dealer ini harus terus dimaksimalkan agar menciptakan kepuasan bagi konsumen yang akhirnya membuat citra produk dan dealer menjadi lebih baik. Dari beberapa indikator yang digunakan, layanan purna jual yang terbaik yakni pada aspek suku cadang yang artinya suku cadang Yamaha tersedia dengan memadai pada PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo. Kemudian aspek terendah garansi yang artinya tidak keseluruhan komponen masuk dalam garansi terutama jika itu kesalahan fatal dari konsumen.

Sangadji dan Sopiah (2013: 180) mengatakan bahwa untuk dapat menjaga kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap suatu merek, perusahaan harus melakukan pelayanan terhadap konsumen, baik setelah penjualan maupun saat pembelian produk. Pelayanan tersebut dikenal sebagai pelayanan purna jual. Layanan purna jual merupakan tanggung jawab penjual atas kualitas barang yang dijualnya dan dapat diberikan dalam bentuk konsultasi lanjutan atau garansi berupa penggantian barang (suku cadang) yang rusak, dan reparasi. Peranan layanan purna jual bertujuan untuk memberikan layanan dengan standar dan kualitas yang baik untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Dalam melakukan layanan purna perusahaan harus mengetahui apa sebenarnya yang diinginkan oleh konsumen, karena konsumen akan puas terhadap produk yang dibeli serta layanan dan hubungan yang baik dari pihak perusahaan, dan mendorong kesetiaan, loyalitas pelanggan terhadap produk dan perusahaannya. Sebaik apapun produk yang dijual oleh perusahaan, jika layanan dari perusahaan tidak dapat memuaskan konsumen, maka pelanggan dengan mudah berpaling dari produk dan perusahaan lain.

Hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa nilai t-hitung masih lebih besar dibandingkan dengan nilai t-tabel ( $9,215 > 1,991$ ) dan nilai Probability atau Pvalue (0,000) dari pengujian ini lebih kecil dari 0.05. Sehingga dapat dikatakan bahwa layanan purna jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha pada PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo. Koefisien regresi positif memiliki makna bahwa layanan purna jual yang berkualitas dan dirasakan baik oleh konsumen akan beriringan dan selaras dengan terciptanya kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha pada PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo.

Melalui hasil ini maka manajemen PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo harus memperhatikan dan berupaya untuk meningkatkan komitmen dari karyawan yang bertugas dalam service untuk layanan purna jual karena masih adanya masyarakat (konsumen) yang mengeluh dengan layanan purna jual yang diberikan terutama karena layanan tersebut, konsumen diberikan secara gratis dan alasan inilah yang membuat layanan yang diberikan kurang optimal. Kemudian berupaya untuk

melakukan penelusuran kepuasan konsumen dengan berbagai cara sehingga hal-hal yang masih dirasakan kurang optimal, dapat segera mungkin diperbaiki dan dibenahi agar kedepannya konsumen makin banyak yang melakukan pembelian kembali produk Motor Yamaha bahkan merekomendasikan produk pada orang lain.

Kemudian hasil untuk besar pengaruh ditemukan bahwa pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha pada PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo sebesar 52,10%. Sedangkan sisanya sebesar 47,90% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti faktor psikologis konsumen, citra merk, kompetensi merk, kepercayaan diri atas produk Yamaha dan inovasi produk dan layanan distributor (dealer). Nilai pengaruh yang tinggi ini dibuktikan dari dominannya persepsi konsumen yang puas dikarenakan layanan purna jual yang baik dan persepsi konsumen yang cukup puas dikarenakan layanan purna jual yang cukup baik.

Sehingga hasil ini sejalan penelitian dari Ernoputri, dkk (2016) bahwa layanan purna jual memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini sesuai dengan pendapat dari Barata (2003 :267) bahwa kegiatan layanan purna jual yang baik kepada pelanggan internal dan eksternal yang dilakukan setelah proses berlangsungnya jual beli suatu produk tersebut. Apabila sebuah perusahaan mempunyai sebuah kebijaksanaan untuk memberikan fasilitas layanan purna jual terhadap para pelanggan, layanan dapat berupa bentuk jaminan yang merupakan factor menunjang kesempurnaan untuk kepuasan konsumen.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa:

1. Layanan purna jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha pada PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo. Koefisien regresi positif memiliki makna bahwa layanan purna jual yang berkualitas dan dirasakan baik oleh konsumen akan beriringan dan selaras dengan terciptanya kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha pada PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo.
2. Pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha pada PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo sebesar 52,10%. Sedangkan sisanya sebesar 47,90% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti faktor psikologis konsumen, citra merk, kompetensi merk, kepercayaan diri atas produk Yamaha dan inovasi produk dan layanan distributor (dealer). Nilai pengaruh yang tinggi ini dibuktikan dari dominannya persepsi konsumen yang puas dikarenakan layanan purna jual yang baik dan persepsi konsumen yang cukup puas dikarenakan layanan purna jual yang cukup baik.

## **SARAN**

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Manajemen PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo harus memperhatikan dan berupaya untuk meningkatkan komitmen dari karyawan yang bertugas dalam service untuk layanan purna jual karena masih adanya masyarakat (konsumen) yang mengeluh dengan layanan purna jual yang diberikan terutama karena layanan tersebut, konsumen diberikan secara gratis dan alasan inilah yang membuat layanan yang diberikan kurang optimal.
2. Sebaiknya manajemen PT. Yamaha Abadi Kota Gorontalo berupaya untuk melakukan penelusuran kepuasan konsumen dengan berbagai cara sehingga hal-hal yang masih dirasakan kurang optimal, dapat segera mungkin diperbaiki dan dibenahi agar kedepannya konsumen makin banyak yang melakukan pembelian kembali produk Motor Yamaha bahkan merekomendasikan produk pada orang lain.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Amanah Dita. 2010. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mujestyk Bakery & café Shop.Medan: Jurnal
- Cahaya Nur. 2018. Pengaruh Persepsi Harga Kualitas Produk, Citra merek dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pembelian: Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)
- Ernoputri Darayani. 2016. Pengaruh Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Konsumen.Malang: Jurnal
- Iswari, Makhfida dan Huda Nuril. 2016. layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan Alat Berat Kobelco Cabang Banjarmasin: Jurnal.
- Jayabarata, Ishak Muh.2016. Analysis of The Influence Patient Safety, Service Quality, Marketing Mix, Toward Patient Satisfaction and Patient Loyalty for Inpatients of Private Hospitals in Surabaya.Surabaya: Jurnal
- KantueYeyen. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.Gorontalo: Skripsi.
- Keller Kotler. 2007. Manajemen Pemasaran.Indonesia:PT MACAM JAYA CEMERLANG
- Kirom Bahrul. 2010. Mengukur Kinerja Karyawan dan Kepuasan Konsumen.Bandung-jawa Barat: Pustaka Reka Cipta.
- Kurniawan Ferri. 2013. Pengaruh Relationship Marketing dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan PT ASTRA INTERNASIONAL ISUZU SEMARANG.Semarang: Jurnal.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Manajemen.Bandung: ALFABETA.
- Widjaya, Irfan, Ignasius. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Hargen Nusantara: Jurnal Ekonomi dan Bisnis.