

Pengaruh *Layanan Purna Jual* terhadap Keputusan Pembelian

Tri Dharma Meilana, Dede R. Oktini

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia
tdmeilana96@gmail.com, dedeoktini@yahoo.com

Abstract—The purpose of this study was to determine after-sales services offered by the official Suzuki cipadung workshop ujung berung no.198 Bandung, to find out the responses of respondents regarding after-sales services offered, to find out the responses of respondents regarding purchase decisions, to determine the effect of after-sales service on purchasing decisions. The research method used is a survey method, this type of research is descriptive verification. The sampling technique used was accidental sampling. The population in this study were 100 respondents who had used Product Suzuki motor. Data collection techniques used were questionnaires. Data analysis method used is a simple linear analysis to determine the direction of the relationship between the independent variable (X) with the dependent variable (Y). The results of this study stated that after-sales services offered after-sales services have not been optimal and need to be fixed in several after sales service sectors. Respondents regarding the after-sales services offered by the official Suzuki cipadung workshop ujung berung no.198 Bandung in the category are sufficient. Respondents regarding the decision to buy on the official Suzuki cipadung workshop ujung berung no.198 Bandung in the sufficient category. There is a significant influence between after-sales service on purchasing decisions on The official Suzuki Cipadung workshop Ujung Berung Bandung.

Keywords—*After Sales Service, Purchase Decision.*

Abstrak—Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui layanan purna jual yang ditawarkan Bengkel Resmi Suzuki Cipadung ujung berung Bandung, untuk mengetahui tanggapan responden mengenai layanan purna jual yang ditawarkan, untuk mengetahui tanggapan responden mengenai keputusan pembelian, untuk mengetahui besar pengaruh layanan purna jual terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey, jenis penelitian ini adalah deskriptif verifikatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah 100 responden yang telah menggunakan Produk Suzuki Motor. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis linier sederhana untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependent (Y). Hasil penelitian ini menyatakan bahwa layanan purna jual yang ditawarkan layanan purna jual belum optimal dan perlu di perbaiki pada beberapa sektor layanan purna jual. Tanggapan responden mengenai layanan purna jual yang ditawarkan bengkel resmi Suzuki cipadung ujung berung no.198 Bandung dalam kategori cukup. Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian pada bengkel resmi Suzuki cipadung ujung berung no.198 Bandung dalam kategori cukup.

Terdapat pengaruh cukup besar antara layanan purna jual terhadap keputusan pembelian pada bengkel resmi Suzuki Cipadung Ujung Berung Bandung.

Kata kunci—*Layanan Purna Jual, Keputusan Pembelian.*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan otomotif di Indonesia saat ini sangatlah pesat baik roda empat maupun roda dua. Dalam hal perkembangan tersebut menjadikan sebuah persaingan yang sangat kuat dipasar otomotif, tak heran banyak produsen otomotif yang terus melakukan inovasi terhadap produk-produknya agar tidak ditinggalkan oleh kemajuan zaman. Dalam perkembangan produk tersebut produsen melakukan perkembangan dalam sektor teknologi, desain, kualitas produk, kenyamanan produk, ketahanan produk dan lain-lain.

Desain dalam otomotif tentu menjadi daya Tarik sendiri untuk para konsumennya, karena dengan desain yang menarik mampu membuat konsumen merasa percaya diri. Pada zaman sekarang desain menjadi salah satu factor penting untuk konsumen, terkadang mereka tidak terlalu mementingkan sektor mesin dan lebih memilih kepada desain produk. Hal tersebut membuat para produsen seperti honda, Yamaha, Kawasaki, Suzuki berlomba-lomba dalam melakukan inovasi terhadap desain produknya.

Namun bukan karena Faktor teknologi, desain, kualitas produk saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dari factor pelayanan purna jual pun sangat mempengaruhi calon konsumen untuk membeli produk tersebut. Calon konsumen saat ini sudah pintar dalam memilih atau mengambil keputusan pembelian nya, dengan semakin canggihnya teknologi pada saat ini dapat memudahkan dalam mencari informasi apapun, calon konsumen akan mencari informasi secara spesifik terkait dengan apa yang mereka ingin beli seperti dalam pembelian produk.

Namun fenomena yang terjadi di lapangan banyak sekali konsumen yang sangat merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan oleh pihak Suzuki, Hal tersebut yang menjadi keluhan dari beberapa konsumen, seperti keluhan yang diungkapkan oleh Gian ginanjar mengatakan pelayanan kurang memuaskan, tidak memberikan solusi yang tepat, sedangkan menurut Tarya Rosadi mengatakan tempat kurang nyaman, dan menurut bagus bambang mengatakan bahwa diservis disini motor

malah mogok.

Sesuai latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut : “Adakah terdapat pengaruh pelayanan purna jual terhadap keputusan pembelian di bengkel resmi Suzuki Cipadung Jl. Ujung Berung No. 198 Bandung?”, selanjutnya, dengan tujuan dalam penelitian ini diuraikan sbb:

1. Untuk memperoleh fenomena rumusan masalah penelitian dan gambaran layanan purna jual dan keputusan pembelian
2. Untuk mengetahui pengaruh layanan purna jual terhadap keputusan pembelian
3. Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian di bengkel resmi Suzuki Cipadung Jl. Ujung Berung No.198 Bandung
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan purna jual terhadap keputusan pembelian di bengkel resmi Suzuki Cipadung Jl. Ujung Berung No.198 Bandung.

II. LANDASAN TEORI

A. Layanan Purna Jual

Menurut Kotler (2016;100) bahwa pelayanan purna jual sebagai segala bentuk pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen setelah terjadinya penjualan seperti jasa pemeliharaan dan perbaikan serta pelayanan servis. Hal ini patut diperhatikan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, menjalin kerjasama dengan konsumen, menjaga hubungan baik dan menciptakan loyalitas pelanggan.

Menurut Levit dalam Tjiptono (2014) mengatakan bahwa semakin canggih teknologi suatu produk generic misalnya mobil, mesin, fotocopy, computer, maka penjualan akan tergantung pada kualitas dan penyediaan pelayanan pelanggan yang menyertainya seperti ruang pajang (*show room*), fasilitas pengantaran, perbaikan dan pemeliharaan, bantuan aplikasi, pelatihan operator, konsultasi instalasi dan pemberian garansi

B. Keputusan Pembelian

Sedangkan menurut Setiadi (2010 :416), berpendapat bahwa “keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan konsumen sebagai pemecahan masalah yang dihadapinya”. Definisi tersebut menjelaskan bahwa keputusan pembelian berkaitan dengan perilaku konsumen, keputusan yang diambil diharapkan memecahkan masalah yang dihadapinya

Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016), berpendapat bahwa “ keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk melalui tahapan-tahapan yang dilalui konsumen sebelum melakukan pembelian yang meliputi kebutuhan yang dirasakan, kegiatan sebelum membeli, perilaku waktu memakai, dan perasaan setelah membeli.” Definisi tersebut menjelaskan bahwa keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil konsumen untuk

memilih produk dengan berbagai tahapan yang dilalui.

Adapun lima tahapan dalam suatu proses pembelian (*buying process*), yaitu:

1. Pengenalan kebutuhan.
2. Pencarian informasi
3. Penilaian pilihan
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku pasca beli

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dealer Suzuki motor cipadung ujung berung melakukan layanan purna jual yang bertujuan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen dengan memberikan pelayanan maksimal yang berguna untuk meningkatkan sebuah kenyamanan dan kepercayaan konsumen, kemudian suku cadang yang mudah didapatkan yang bertujuan untuk mendongkrak penjualan dan mampu bersaing dengan para pesaing. Responden dalam penelitian ini di sajikan secara umum yang berdasarkan jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, pendapatan dengan jumlah sample 100 responden berumur <20 tahun sebanyak 25 orang dengan presentase sebesar 25%, responden berumur 21-30 tahun sebanyak 27 orang dengan presentase sebesar 27%, responden berumur antara 31-40 tahun sebanyak 21 orang dengan presentase 21%, responden berumur antara 41-50 tahun sebanyak 21 orang dengan presentase 21%, responden yang berumur >50 tahun sebanyak 6 orang dengan presentase 6%.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh layanan purna jual terhadap keputusan pembelian yang diuji menggunakan teknik analisis koefisiensi korelasi (R), Koefisiensi determinasi (R square) dan pengujian hipotesis menggunakan uji persial (uji-t), hasil pengujian di jelaskan pada tabel berikut :

TABEL 1. MODEL SUMMARY

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.715 ^a	.573	.503	2.70328
a. Predictors: (Constant), X1				

Hasil R Square = 0,573. Angka tersebut dapat diartikan bahwa variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel layanan purna jual sebesar 57,3%, yang diperoleh dari $0,573 \times 100\%$, artinya keputusan pembelian dipengaruhi oleh layanan purna jual sebesar 57,3% sedangkan sisanya sebesar 42,7% dipengaruhi variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti desain produk, kualitas produk, dan acuan lainnya

TABEL 2. PENGUJIAN HIPOTESIS UJI-T

Coefficients ^a						
		Unstandardized		Standardized	T	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.294	.274		8.059	.000
	X1	.0685	.059	.115	5.149	.000

a. Dependent Variable: Y1

Berdasarkan hasil output diatas, diketahui bahwa nilai uji t variabel layanan purna jual didapatkan hasil sebesar 5,149, dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$, dikarenakan $5,149 > 1,984$ dan dengan probabilitas $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara layanan purna jual terhadap keputusan pembelian di bengkel Suzuki Cipadung Bandung.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Layanan purna jual terhadap keputusan pembelian di bengkel resmi Suzuki cipadung jl.ujung berung no.198 bandung, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan layanan purna jual pada bengkel Suzuki ujung berung no.198 terdiri dari garansi, penyediaan aksesoris atau *sparepart*, pelayanan perbaikan, fasilitas dan perlengkapan suku cadang sudah terbilang cukup baik. Namun dalam hal kualitas pelayanan yang diberikan seperti tenaga kerja atau mekanik bengkel masih kurang baik, kemudian menjadikannya anak magang dari sekolah menengah kejuruan sebagai mekanik tambahan membuat tingkat kepercayaan konsumen terhadap pelayanan di bengkel tersebut berkurang.
2. Tanggapan responden terhadap layanan purna jual yang dilakukan oleh Bengkel Suzuki ujung berung no.198 bandung hingga saat ini berjalan cukup baik, Namun masih ada juga rsponden yang kurang puas terhadap layanan purna jual yang diberikan oleh bengkel Suzuki ujung berung no.198 bandung.
3. keputusan pembelian di bengkel Suzuki ujung berung no.198 bandung berdasarkan tanggapan responden termasuk pada kategori cukup, namun ada juga beberapa responden yang memeberi pernyataan baik.
4. Terdapat pengaruh antara layanan purna jual terhadap keputusan pembelian konsumen di bengkel Suzuki ujung berung no.198 bandung, dengan tingkat pengaruh layanan purna jual sebesar 57,3% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 42,7% dipengaruhi oleh factor lain seperti desain produk,kulitas produk, dan acuan

lainnya.

• Saran

Dari kesimpulan tersebut ada beberapa saran yang penulis ajukan yang dapat dijadikan acuan sesuai dengan hasil penelitian, diantaranya yaitu:

1. Dalam melakukan pelayanan purna jual dibengkel resmi Suzuki ujung berung no.198 bandung memang sudah baik. Namun ada yang perlu di perhatikan dalam aspek pelayanan di bengkel tersebut seperti mekanik/ tenaga kerja yang memiliki jumlah yang kurang membuat kinerja dalam bengkel tersebut sangat lambat. Kemudian dalam memberdayakan tenaga kerja tambahan dari sekolah menengah kejuruan harus benar-benar diperhatikan karena banyak contoh kasus konsumen yang mengeluh setelah melakukan servis dibengkel Suzuki tersebut.
2. Dalam menanggulangi respon negative dari konsumen, Pihak bengkel Suzuki perlu meningkatkan kembali kinerja pelayanan nya baik dari tenaga ahli, kemudian dari sarana peralatan, ruangan bengkel yang lebih baik, ruang tunggu konsumen yang lebih baik agar konsumen merasa nyaman sehingga mampu menarik konsumen untuk berkunjung ke bengkel Suzuki setiap kendaraanya akan di servis.
3. Untuk menanggulangi tingkat keputusan pembelian yang buruk, bengkel Suzuki perlu memperhatikan dari berbagai aspek seperti kualitas pelayanan yang diberikan, harga suku cadang yang sesuai karena banyak kasus dari konsumen yang menganggap bahwa harga suku cadang di dealer resmi itu termasuk kategori mahal.
4. Untuk memaksimalkan kembali penjualan Suzuki, maka Suzuki motor perlu meninjau kembali jalanya suatu layanan purna jual pada setiap bengkel resmi yang dimiliki, apakah telah sesuai dengan prosedur atau bahkan tidak, karena dengan layanan purna jual yang baik dapat menarik konsumen untuk membeli suatu produk dan dapat meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- [2] Fandy Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa (Prisip, penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta. Andi
- [3] Setiadi, Nugroho. (2010) *Perilaku Konsumen: Persfektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.