



Pengaruh Layanan Purna Jual Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Kasus Pada Pelanggan Pegasus Computer Tebing Tinggi)

Ade Mubarok, Eka Mayastika Sinaga, Dio Landika Pratama

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bina Karya
Email : adem@ars.ac.id , mayastikasinaga@gmail.com

Naskah Masuk: 13 Desember 2022; Diterima: 13 Desember 2022; Terbit: 14 Desember 2022

ABSTRAK

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Layanan Purna Jual dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus. Metode penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dari uji hipotesis menyatakan bahwa: Hipotesis 1 ditolak, maka Layanan purna jual tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hipotesis 2 diterima, maka Variasi Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus. Hipotesis 3 diterima, maka Layanan Purna Jual dan Variasi Produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya dimana perbedaannya hanya terletak pada objek yang diteliti.

Keywords : Layanan Purna Jual , Variasi Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Abstract: This study aims to find out how the influence of after-sales service and product variety on purchasing decisions for Asus laptops. The research method uses multiple linear regression analysis. The results of the hypothesis test state that: Hypothesis 1 is rejected, so after-sales service has no effect on purchasing decisions. Hypothesis 2 is accepted, so Product Variation influences Asus Laptop Purchase Decisions. Hypothesis 3 is accepted, then After-Sales Service and Product Variety have a joint effect on Asus Laptop Purchase Decisions. This research is a replication of previous research where the difference lies only in the object studied.

Keywords: After Sales Service, Product Variation, Purchasing Decisions

Copyright © 2022 STIE Bina Karya Tebing Tinggi

PENDAHULUAN

Fenomena atau fakta dalam penelitian ini adalah belakangan ini kebutuhan akan perangkat laptop semakin tinggi dikarenakan sekarang sudah menerapkan pembelajaran dan pekerjaan dengan menggunakan perangkat komputer dan laptop ditambah lagi dengan adanya pandemi virus yang semakin membuat kita semua harus bekerja, belajar, hingga melakukan aktivitas – aktivitas lain di dalam rumah. Karena permintaan akan perangkat laptop semakin tinggi menjadikan peluang bagi para perusahaan laptop dalam meraup keuntungan sehingga saling bersaing dalam menawarkan berbagai kelebihan yang ada di setiap produknya mulai dari kualitas produk, memberikan promo – promo menarik, memberikan layanan garansi, dan sebagainya.

Diantara banyak merek menawarkan kelebihan produknya, laptop Asus mulai mendapatkan perhatian konsumen di Tebing - Tinggi karena kualitas, variasi produk dan jaminan garansi laptopnya yang lebih banyak ditawarkan sehingga konsumen merasa produk yang mereka beli lebih memberikan keuntungan bagi konsumen saat mereka menggunakan laptop Asus.

Tabel 1. Data penjualan laptop asus di toko pegagas computer tebing tinggi periode januari sampai dengan april 2020

Penjualan	Unit
Januari	9 unit
Februari	7 unit
Maret	9 unit
April	5 unit
Total	30 unit

Sumber : Data diolah (2020)

Meskipun dari segi harga Asus berbeda sedikit diantara pesaingnya, namun dengan pemberian jaminan garansi dan variasi produk lebih banyak yang diberikan laptop Asus membuat daya tarik tersendiri bagi para konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh layanan purna jual terhadap keputusan pembelian laptop Asus.
2. Untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian laptop Asus.
3. Untuk mengetahui pengaruh layanan purna jual dan variasi produk secara serentak terhadap keputusan pembelian laptop Asus.

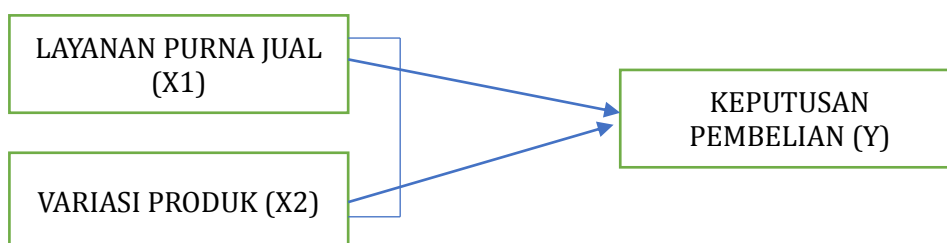
KAJIAN PUSTAKA

Layanan purna jual (X1) menurut Kotler dan Armstrong (2011) adalah suatu layanan yang disediakan oleh produsen kepada konsumen setelah konsumen tersebut membeli produk dari perusahaan tersebut.

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang menyediakan segala macam layanan yang berkaitan dengan produk yang dijualnya, dan salah satu pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk laptop adalah dengan memastikan layanan perbaikan maupun garansi yang jelas dari produk itu. Sehingga bisa dikatakan bahwa layanan purna jual bukan hanya terbatas pada waktu garansi, namun selama produk itu masih digunakan oleh konsumen, maka layanan purna jual masih berlangsung.

Menurut Groover dalam Nurrahman (2016) mengatakan bahwa variasi produk (X2) dapat diartikan sebagai produk yang memiliki desain atau jenis yang berbeda dan diproduksi oleh perusahaan. Variasi produk merupakan yang membedakan produk antara perusahaan dikategori produk yang sama.

Keputusan pembelian (X3) menurut Tjiptono (2012) adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.



Gambar 1. Kerangka konseptual

Berdasarkan teori – teori serta latar belakang yang dikemukakan, maka peneliti memberikan hipotesis sebagai berikut :

- 1 : Layanan Purna Jual berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus.
- 2 : Variasi Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus

3 : Layanan Purna Jual dan Variasi Produk berpengaruh secara serentak terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus.

METODE PENELITIAN

Populasi & Sampel

Berdasarkan pengamatan langsung di Pegasus Computer tentang banyaknya konsumen yang melakukan pembelian laptop asus, maka populasi penelitian ini sebanyak 30 orang.

Dikarenakan jumlah populasi dibawah 100 orang, maka penulis mengambil metode *sensus sampling* atau teknik sampel jenuh dimana seluruh populasi dijadikan sampel penelitian yakni 30 responden.

Definisi Operasional Variabel

Tabel 2. Operasionalisasi variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Layanan Purna Jual (X ₁)	layanan purna jual adalah suatu layanan yang disediakan oleh produsen kepada konsumen setelah konsumen tersebut membeli produk dari perusahaan tersebut. (Kotler dan Armstrong, 2011)	Bukti langsung (<i>tangibles</i>) Kehandalan (<i>realibility</i>) Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) Jaminan (<i>assurance</i>) Perhatian (<i>emphaty</i>) (Fandy Tjiptono, 2019)	Likert
Variasi Produk (X ₂)	variasi produk dapat diartikan sebagai produk yang memiliki desain atau jenis yang berbeda dan diproduksi oleh perusahaan. Groover , (2010) dalam Nurrahman (2016)	Corak Kualitas Desain (Muharam, 2014)	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah semua pengalaman mereka dalam pembelajaran, memilih, menggunakan, dan bahkan menyingkirkan produk. (Kotler, 2011)	Kemantapan pada sebuah produk. Kebiasaan dalam membeli produk. Memberikan rekomendasi kepada orang lain. Melakukan pembelian ulang. (Kotler, 2011)	Likert

Sumber : Data Diolah (2020)

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel bebas (Layanan Purna Jual dan Variasi Produk) dan variabel terikat (Keputusan Pembelian), maka untuk memperoleh hasil yang lebih akurat, penulis menggunakan bantuan program *software* SPSS (*Statistic Product and Service Solution*). Dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

di mana :

Y = Keputusan Konsumen

A = Konstanta dari persamaan regresi

b₁ = Koefisien regresi dari variabel X₁ (Layanan Purna Jual)

b₂ = Koefisien regresi dari variabel X₂ (Variasi Produk)

e = Standar error

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah Uji t secara parsial dan Uji F secara simultan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian regresi linear berganda menjelaskan besarnya peranan Layanan Purna Jual dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan *SPSS 17.0 for windows*. Analisis masing-masing variabel dijelaskan dalam uraian berikut:

Tabel 3. Hasil regresi linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	.790	3.164	
LAYANAN PURNA JUAL	.160	.193	.137
VARIASI PRODUK	.919	.247	.613

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Data diolah (2020)

Berdasarkan hasil tersebut maka persamaan regresi linier berganda yang mempunyai formulasi : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$, sehingga diperoleh persamaan : $Y = 0,790 + 0,160X_1 + 0,919X_2$.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai yang dipergunakan dalam melihat koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah pada kolom *adjusted R square*. Hal tersebut dikarenakan nilai *adjusted R square* tidak rentan pada penambahan variabel bebas. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 4. Koefisien determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.698 ^a	.487	.449	1.78045

a. Predictors: (Constant), VARIASI PRODUK, LAYANAN PURNA JUAL

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Data diolah (2020)

Dapat diketahui besarnya nilai adjusted R square sebesar 0,449 atau 44,9%. Hal ini menunjukkan jika variabel layanan purna jual (X_1) dan variabel variasi produk (X_2) dapat menjelaskan Variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 44,9% , sisanya sebesar 55,1% (100% - 44,9%) dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini seperti kualitas produk, word of mouth, harga, dan promosi.

Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Uji statistik t disebut juga sebagai uji signifikasi individual. Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji hipotesis parsial dilakukan pada setiap variabel indepenen seperti pada Tabel berikut ini:

Tabel 5. Uji parsial (t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.790	3.164		.250	.805
LAYANAN PURNA JUAL	.160	.193	.137	.833	.412
VARIASI PRODUK	.919	.247	.613	3.721	.001

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Data diolah (2020)

1. Dari tabel diperoleh dapat diketahui bahwa $t_{hitung} (0,833) < t_{tabel} (2,04841)$, demikian pula dengan nilai signifikansinya sebesar $0,412 > 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis pertama ditolak, artinya Variabel layanan purna jual tidak berpengaruh terhadap Variabel Keputusan Pembelian.
2. Nilai $t_{hitung} (3,721) > t_{tabel} (2,04841)$, dan nilai signifikansinya sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis kedua diterima, artinya Variabel variasi produk berpengaruh terhadap Variabel Keputusan Pembelian.

Uji F (Simultan)

Uji ini pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model ini mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 6. Hasil uji simultan (F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	81.377	2	40.688	12.835	.000 ^a
	Residual	85.590	27	3.170		
	Total	166.967	29			

a. Predictors: (Constant), VARIASI PRODUK, LAYANAN PURNA JUAL

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Data diolah 4 (2020)

Dari tabel tersebut diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 12.835 Dengan $\alpha = 5\%$, dk pembilang : 2, dk penyebut : 30-2-1 (5%; 2; 27) diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,3541 Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa $F_{hitung} (12.835) > F_{tabel} (3,3541)$, dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga diterima, artinya variabel layanan purna jual (X_1) dan variabel variasi produk (X_2) berpengaruh secara serentak (simultan) terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

KESIMPULAN

Penelitian ini mencoba untuk menjawab tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari Layanan Purna Jual dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus. Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan tiga variabel independen dan satu variabel dependen menunjukkan bahwa :

1. Layanan Purna Jual bukan menjadi faktor yang mempengaruhi terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus.
2. Variasi Produk adalah faktor yang dapat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus.
3. Layanan Purna Jual dan Variasi Produk dapat menjadi faktor yang mempengaruhi secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus.



Ucapan Terimakasih

Terimakasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam membantu peneliti sehingga penelitian ini dapat selesai sesuai dengan yang diharapkan. Khususnya kepada para responden yang bersedia meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner yang telah bagikan

REFERENSI

- Etta Mamang Sangadji, dan Sopiah. 2013 “ *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*” Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Phillip. & Kevin Lane Keller. 2010. “*Manajemen Pemasaran*” Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. “*Manajemen Pemasaran*”, Edisi 13. Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. 2017. “*Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*” Jakarta: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2019. “*Strategi Pemasaran Edisi 4*”. Yogyakarta: CV.Andi.
- Kusuma, Dika W. 2016. “*Pengaruh Desain Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian (studi pada pengguna notebook Asus di Purworejo)*” Universitas Muhammadiyah Purworejo, Purworejo.
- Meutia, Rahmi 2017. Pengaruh Brand Extension, Kualitas Produk, Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Asus Smartphone di Kota Kuala Simpang. *Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol.6, No.1, Mei 2017*, Universitas Samudra, Langsa.
- Nurrahman, Indra. & Dian Herdiana Utama (2016). “Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian”. *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education | Volume 1. Number 1. April 2016, Hal.54-63*.
- <https://artikbbi.com/variasi/> Diakses pada 26 Desember 2019.
- <http://jdih.kemendag.go.id/peraturan/download/1714/2>. Diakses pada 2 Februari 2020
- <https://muhfebriana.wordpress.com/2017/02/10/sejarah-dan-perkembangan-laptop-dari-masa-ke-masa/>. Diakses pada 25 November 2019.
- <https://ngada.org/bn204-2009.htm> . Diakses pada 11 Desember 2019.
- <https://kbbi.web.id/merek> . Diakses Pada 23 Januari 2020.
- <https://www.asus.com/id/> Diakses pada 10 juni 2020.
- <https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi/gNQMZEON-asus-kuasai-41-8-pasar-laptop-indonesia>. Diakses pada 13 Juli 2019.
- <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/variation?q=variation>. Diakses pada 23 Januari 2020.