



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DESAIN DAN
LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN MOTOR HONDA SCOOPY**

*Effect of Product Quality Design and After-Sales Service to Consumer
Satisfaction Honda Motor Scoopy*

SKRIPSI

Oleh

Faizal Faturrozi Azis
NIM. 140810201228

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2019



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DESAIN DAN
LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN MOTOR HONDA SCOOPY**

*Effect of Product Quality Design and After-Sales Service to Consumer
Satisfaction Honda Motor Scoopy*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Oleh

Faizal Faturrozi Azis
NIM. 140810201228

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2019

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

SURAT PERNYATAAN

Nama : Faizal Faturrozi Azis
NIM : 140801021228
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Desain, dan Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Konsumen Motor Honda Scoopy

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahaan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus saya junjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 14 Mei 2019
Yang Menyatakan,

Faizal Faturrozi Azis
NIM. 140810201228

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN, DAN
LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN MOTOR HONDA SCOPY

Nama Mahasiswa : Faizal Faturrozi Azis

NIM : 140810201228

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 14 Mei 2019

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Diah Yulisetiarni, M.Si.
NIP. 196107291986032001

Drs. Ketut Indraningrat, M.Si.
NIP. 196107101989021002

Menyetujui
Koordinator Jurusan S1 Manajemen

Drs. Hadi Paramu, MBA, Ph.D.
NIP. 196901201993031002

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN, DAN LAYANAN PURNA
JUAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MOTOR HONDA SCOOPY

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Faizal Faturrozi Azis

NIM : 140810201228

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

23 Mei 2019

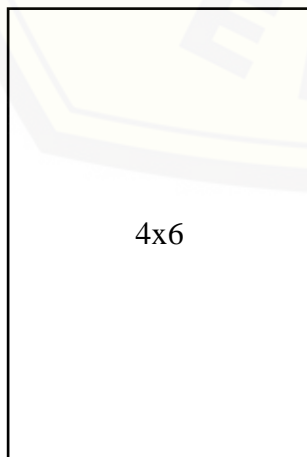
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Imam Suroso, M.Si. (.....)
NIP 195910131988021001

Sekretaris : Gusti Ayu Wulandari, S.E, M.M. (.....)
NIP 198309122008122001

Anggota : Intan Nurul Awwaliyah, S.E, M.Sc. (.....)
NIP 197605082002122003



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember

Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak.
197107271995121001

PERSEMBAHAN

Saya ucapkan puji syukur kehadiran Tuhan. Skripsi ini saya persembahkan sebagai rasa terima kasih yang tidak terkira kepada:

1. Orang tua saya tercinta, yang telah memberikan kasih sayang, doa dan cinta yang tidak pernah lelah kepada penulis.
2. Keluarga besar yang memberikan dukungan dan semangat.
3. Teman-teman seperjuangan Manajemen 2014 yang selalu memberikan motivasi.
4. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang saya banggakan

MOTTO

“Janganlah kamu bersikap lemah dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya jika kamu beriman”
(Q.S. Al Imran:139)

“Allah yang menjadikan bumi itu mudah untuk kalian, maka berjalanlah di seluruh penjurunya dan makanlah sebagian rizki Nya dan kepada Nya lah tempat kembali”
(Q.S. Al Mulk:15)

"Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rizki dari jalan yang tidak ia sangka-sangka, dan barang siapa yang bertawakkal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, Sesungguhnya Allah (Bebas) melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu menurut takarannya”
(Q.S. Ath-Thalaq:2-3)

RINGKASAN

Pengaruh Kualitas Produk, Desain dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Konsumen Motor Honda Scoopy; Faizal Faturrozi Azis; 140810201228; 2019; 54 Halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Sepeda motor merupakan jenis kendaraan yang biasa dimiliki oleh berbagai kalangan dari kalangan atas hingga menengah. Sepeda motor sebagai sarana transportasi yang digemari karena keunggulan dalam hal biaya perawatan, biaya bahan bakar, efektivitas waktu perjalanan, kenyamanan serta kemampuannya untuk menerobos kemacetan yang terjadi di jalan raya. Tak heran di jalan raya saat ini mudah ditemukan sepeda motor dalam berbagai model dan keistimewaannya tersendiri. Meningkatnya minat masyarakat terhadap sepeda motor ternyata tidak disia-siakan oleh pihak produsen sepeda motor untuk memproduksi semakin banyak model untuk ditawarkan kepada masyarakat. Produsen sepeda motor berlomba untuk memproduksi sepeda motor tipe terbaru dengan teknologi terbaru dan keunggulan-keunggulan lainnya agar menarik minat masyarakat. Seiring perkembangan, pasar sepeda motor di Indonesia kini didominasi sepeda motor *matic*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah kualitas produk, desain dan layanan purna jual berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini dilakukan dengan memilih responden yang memiliki sepeda motor Honda Scoopy pada mahasiswa Universitas Jember. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Data primer tersebut diperoleh dari hasil wawancara dengan menggunakan kuesioner pada 130 responden penelitian yang ditentukan dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, untuk mengetahui pengaruh secara langsung dari masing-masing variabel.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan Konsumen menunjukkan hubungan yang positif signifikan. Ini membuktikan bahwa Kualitas Produk yang baik akan meningkatkan Kepuasan konsumen. Pengaruh Desain Produk terhadap Kepuasan Konsumen menunjukkan hubungan yang positif signifikan. Ini membuktikan bahwa Desain Produk yang baik akan meningkatkan Kepuasan Konsumen. Pengaruh Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Konsumen menunjukkan hubungan yang positif signifikan. Ini membuktikan bahwa Layanan Purna Jual yang baik akan meningkatkan Kepuasan Konsumen. Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Konsumen menunjukkan hubungan yang positif signifikan.

SUMMARY

Effect of Product Quality, Design and After-Sales Service on Honda Scoopy Motorcycle Customer Satisfaction; Faizal Faturrozi Azis; 140810201228; 2019; 54 pages; Department of Management Faculty of Economics and Business University of Jember.

Motorcycle is a type of vehicle that is usually owned by various groups from the upper to middle class. Motorbikes as a means of transportation are favored because of excellence in terms of maintenance costs, fuel costs, effectiveness of travel time, comfort and ability to break through congestion that occurs on the highway. No wonder the highway is now easy to find motorbikes in various models and its special features. The increasing public interest in motorbikes has not been wasted by motorcycle manufacturers to produce more models to be offered to the public. Motorcycle manufacturers compete to produce the latest type of motorbike with the latest technology and other advantages to attract the interest of the community. Along with the development, the motorcycle market in Indonesia is now dominated by motorcycle. This study aims to analyze whether product quality, design and after-sales service influence consumer satisfaction.

This research was conducted by selecting respondents who owned a Honda Scoopy motorcycle at Jember University students. The data used in this study are primary data. The primary data is obtained from the results of the interview using a questionnaire on 130 research respondents determined by using non-probability sampling techniques with a purposive sampling approach. The analytical method used is multiple linear regression analysis, to determine the direct effect of each variable.

Based on the results of the analysis and discussion of the effect of Product Quality on Consumer satisfaction shows a significant positive relationship. This proves that good product quality will increase consumer satisfaction. The Effect of Product Design on Consumer Satisfaction shows a significant positive relationship. This proves that good product design will increase customer satisfaction. The effect of After Sales Service on Consumer Satisfaction shows a significant positive relationship. This proves that good after-sales service will increase customer satisfaction. The influence of Product Quality, Product Design and After-Sales Service on Consumer Satisfaction shows a significant positive relationship.

PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah penulis atas kehadiran Allah SWT, karena atas segala rahmat, hidayah dan karuniaNya yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Desain dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Konsumen Motor Honda Scoopy (Studi pada Mahasiswa Universitas Jember)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan ini masih banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan daripada kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan semangat dari semua pihak, akhirnya penulisan Skripsi ini mampu terselesaikan. Dalam penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Dr. Muhammad Miqdad, SE., MM., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
- b. Dr. Handriono, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
- c. Dr. Imam Suroso, S.E., M.Si, selaku Ketua KOMBI Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
- d. Hadi Paramu, SE, MBA, Ph.D, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
- e. Dr. Diah Yulisetiari, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran serta telah meluangkan waktu sehingga Skripsi ini mampu terselesaikan.
- f. Drs. Ketut Indraningrat, MSi. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran serta telah meluangkan waktu sehingga Skripsi ini mampu terselesaikan.
- g. Dr. Imam Suroso, S.E., M.Si., Gusti Ayu Wulandari, S.E., M.M., dan Dr. Intan Nurul Awwaliyah, S.E., M.Sc., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang berguna untuk memperbaiki penulisan Skripsi ini.
- h. Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
- i. Kedua orang tua saya dan seluruh keluarga, yang telah memberikan dukungan moril serta material, motivasi dan doa selama penyusunan Skripsi ini.
- j. Seluruh teman-teman se-angkatan yang telah memotivasi saya selama ini untuk menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.

Semoga Allah SWT selalu memberikan Hidayah dan Rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan Skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan sangat penulis harapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Jember, 23 Mei 2019

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelititan	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	7
2.1.1 Tinjauan Teori	7
2.1.2 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kerangka Konseptual	15
2.3 Pengembangan Hipotesis Penelitian	15
BAB 3. METODE PENELITIAN	17
3.1 Rancangan Penelitian	17
3.2 Populasi dan Sampel	17
3.2.1 Populasi.....	17
3.2.2 Sampel	17
3.3 Jenis dan Sumber Data	18
3.3.1 Jenis Data.....	18
3.3.2 Sumber Data	18
3.4 Metode Pengumpulan Data	19
3.4.1 Kuesioner	19
3.4.2 Wawancara	19
3.5 Identifikasi Variabel.....	20
3.5.1 Variabel Bebas	20
3.5.2 Variabel Terikat	20
3.6 Definisi Operasional.....	20
3.7 Skala Pengukuran Variabel	22
3.8 Metode Analisis Data	23
3.8.1 Uji Instrument Data	23

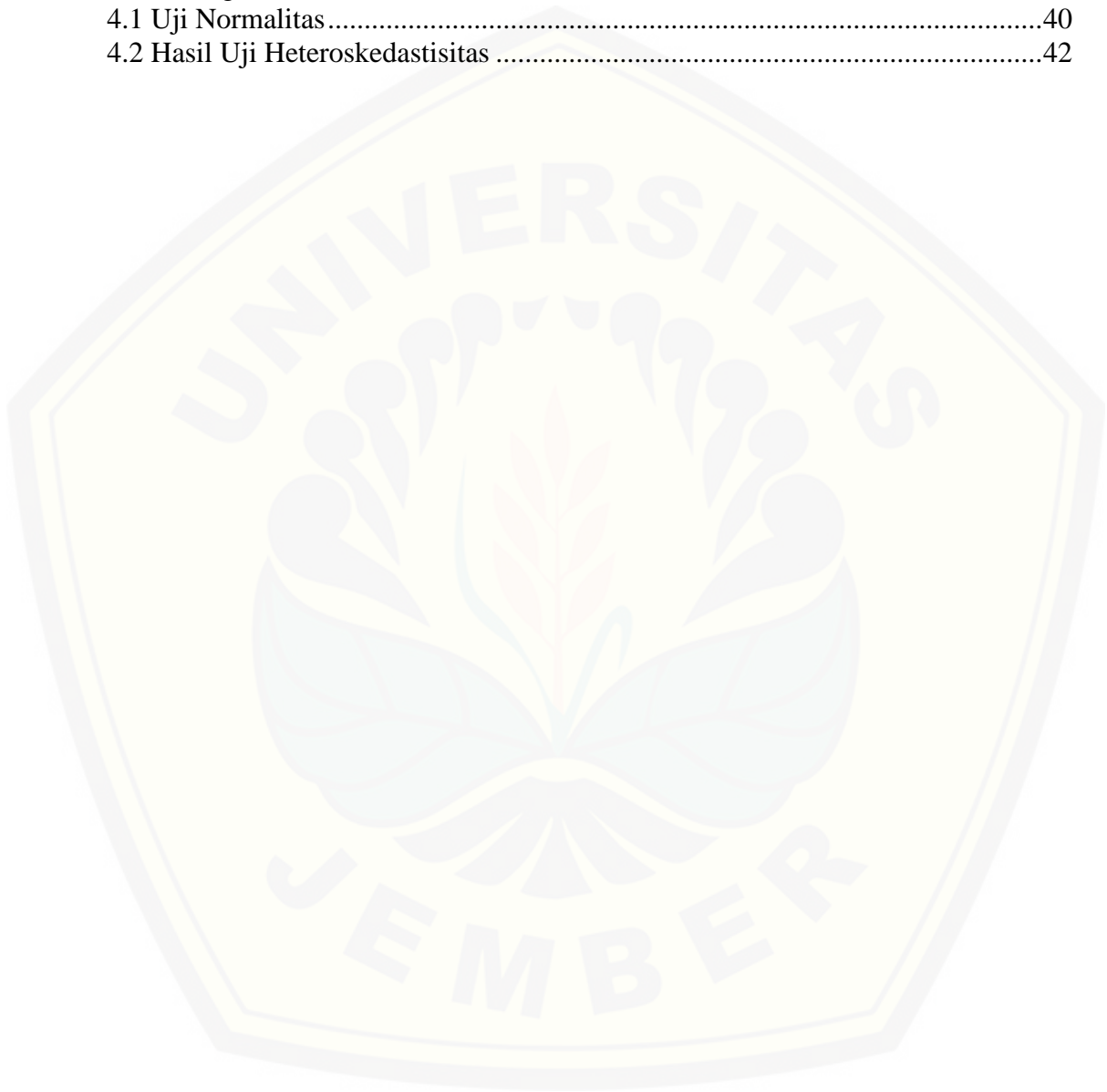
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda	24
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	24
3.8.4 Uji Hipotesis	26
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah	28
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	30
4.2 Deskriptif Karakteristik Responden	30
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	31
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Memiliki.....	32
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	33
4.3.1 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	33
4.3.2 Deskripsi Variabel Desain	34
4.3.3 Deskripsi Variabel Layanan Purna Jual.....	36
4.3.4 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen	36
4.4 Uji Instrumen	38
4.4.1 Uji Validitas.....	38
4.4.2 Uji Reliabilitas	39
4.4.3 Uji Normalitas	39
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	40
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	42
4.6.1 Uji Multikolinieritas	42
4.6.2 Uji Heteroskedastisitas	42
4.7 Uji Hipotesis	43
4.7.1 Uji t.....	43
4.7.2 Uji F.....	44
4.8 Pembahasan.....	44
4.8.1 Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen	44
4.8.2 Desain Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen	46
4.8.3 Layanan Purna Jual Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen	47
4.8.4 Kualitas Produk, Desain Produk dan Layanan Purna Jual Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen	48
4.9 Keterbatasan Penelitian.....	49
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	52

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Data Penjualan Sepeda Motor Tahun 2017-2018 Di Indonesia.....	1
1.2 Motor Terlaris (Domestik Dan Ekspor) Selama Januari – Juni 2018	2
2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	14
4.1 Umur Responden.....	31
4.2 Jenis Kelamin Responden	31
4.3 Tingkat Lama Memiliki	32
4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk.....	33
4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Desain	35
4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Layanan Purna Jual	36
4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Konsumen	37
4.8 Hasil Uji Validitas.....	38
4.9 Hasil Uji Reliabilitas	39
4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	41
4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	42
4.12 Hasil Uji t.....	43
4.13 Hasil Uji F.....	44

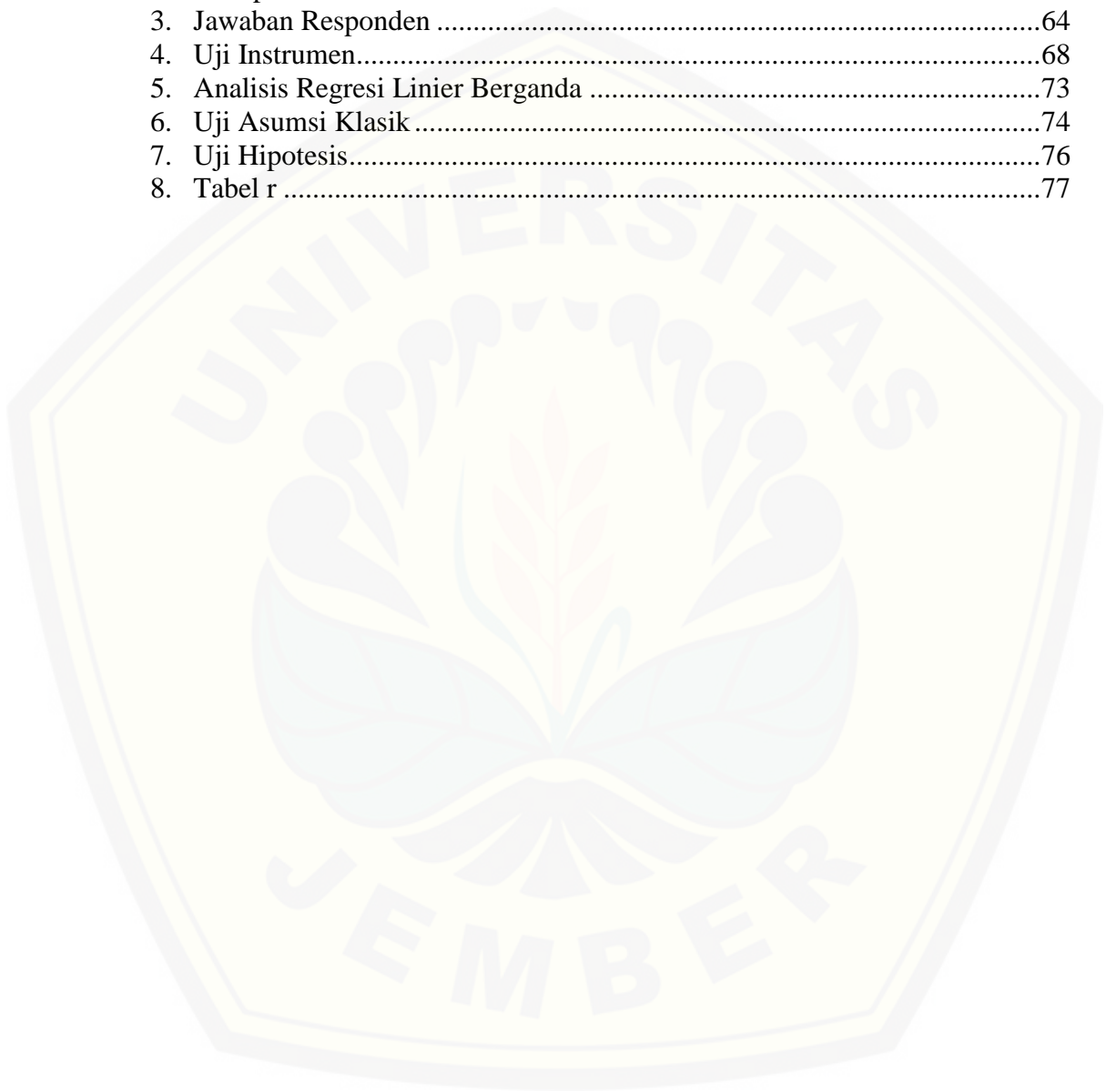
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	15
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	28
4.1 Uji Normalitas	40
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	42



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Kuisisioner	55
2. Rekapitulasi Kuisisioner	58
3. Jawaban Responden	64
4. Uji Instrumen.....	68
5. Analisis Regresi Linier Berganda	73
6. Uji Asumsi Klasik	74
7. Uji Hipotesis.....	76
8. Tabel r	77



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sepeda motor merupakan jenis kendaraan yang biasa dimiliki oleh berbagai kalangan dari kalangan atas hingga menengah. Sepeda motor sebagai sarana transportasi yang digemari karena keunggulan dalam hal biaya perawatan, biaya bahan bakar, efektivitas waktu perjalanan, kenyamanan serta kemampuannya untuk menerobos kemacetan yang terjadi di jalan raya. Tak heran di jalan raya saat ini mudah ditemukan sepeda motor dalam berbagai model dan keistimewaannya tersendiri.

Tabel 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor Tahun 2017-2018 di Indonesia

Bulan	Penjualan		Bulan	Penjualan	
	Dalam Negeri	Ekspor		Dalam Negeri	Ekspor
	2017			2018	
JAN	473,879	28,406	JAN	482,537	38,021
FEB	453,763	27,478	FEB	439,586	38,679
MAR	473,896	32,367	MAR	535,371	53,152
APR	388,045	35,152	APR	580,921	44,271
MAY	531,496	31,631	MAY	589,304	52,321
JUN	379,467	30,059	JUN	375,034	31,435
JUL	538,176	38,836	JUL	593,749	56,086
AUG	554,923	43,391	AUG	568,056	55,339
SEP	546,607	42,005	SEP	557,684	67,426
OKT	579,552	45,052	OKT	610,322	70,680
NOV	550,303	41,576	NOV	597,366	67,145
DEC	415,996	38,738	DEC	453,178	52,866
TOTAL 2017	5,886,103	434,691	TOTAL 2018	6,383,108	627,421

Sumber: <http://www.aisi.or.id/statistic/> (2018)

Data Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia (AISI) menunjukkan bahwa terjadi peningkatan penjualan dari tahun 2017 sebanyak 5.886.103 unit menjadi 6.383.108 unit pada penjualan di tahun 2018 untuk penjualan di dalam negeri. Pasar bebas yang diterapkan oleh sistem perdagangan negara juga ikut berpengaruh terhadap meningkatnya minat memilih sepeda motor. Masyarakat dibuat semakin mudah untuk membeli sepeda motor menggunakan sistem angsuran atau kredit dengan uang muka yang ringan. Meningkatnya minat masyarakat terhadap sepeda

motor ternyata tidak disiasikan oleh pihak produsen sepeda motor untuk memproduksi semakin banyak model untuk ditawarkan kepada masyarakat. Produsen sepeda motor berlomba untuk memproduksi sepeda motor tipe terbaru dengan teknologi terbaru dan keunggulan-keunggulan lainnya agar menarik minat masyarakat.

Tabel 1.2 Motor Terlaris (Domestik dan Ekspor) Selama Januari – Juni 2018

No	Merek	Unit Terjual
1	Honda Beat eSP	926.744
2	Honda Scoopy eSP	387.464
3	Honda Vario 125 eSP	309.012
4	Yamaha Nmax	261.542
5	Honda Vario 150 eSP	238.786
6	Yamaha Mio M3 125 CW	137.021
7	Yamaha Aerox 155	83.825
8	Honda Revo X FI	77.222
9	Honda PCX 150	72.412
10	Honda Supra X 125 FI	60.603

Sumber: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180709180358-384-312775/penjualan-sepeda-motor-sepanjang-semester-i-2018> (2018)

Seiring perkembangan, pasar sepeda motor di Indonesia kini didominasi sepeda motor matic. Hal itu terlihat dari data, bahwa 8 dari 10 motor terlaris di Indonesia sampai 2018 datang dari segmen matic. Matic merupakan kepanjangan dari istilah automatic yang mengacu pada sistem pengoperasian gigi persneling sepeda motor tersebut yang secara otomatis diatur oleh mesin kendaraan itu sendiri. Sepeda motor matic merupakan sepeda motor yang memiliki rantai di bagian dasar untuk pijakan pengendara. Sepeda motor biasa, mesin diletakkan di bagian bawah rangka tengah. Berbeda dengan matic yang memiliki posisi mesin di belakang bagian samping atau depan roda belakang. Motor matic biasanya memiliki ukuran roda yang kecil. Tabel 1.2 menunjukkan Honda sebagai raja motor matic terlaris.

Motor matic Honda BeAT eSP mendominasi penjualan dengan 926,744 unit, Honda Scoopy eSP 387.464 unit, dan Honda Vario 125 eSP 309.012 unit.

Meluncur pertama kali pada 2010, kendaraan unik ini langsung diminati oleh masyarakat tanah air. Sampai saat ini, Honda mengkalim sudah lebih dari dua juta konsumen yang memilikinya. Produk Honda dikenal sangat memperhatikan kualitas dari setiap produknya. Kualitas Produk merupakan salah satu faktor pertimbangan konsumen dalam memilih produk yang akan dibeli. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk di dalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk atau komponen lain, eksklusivitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, pembungkusan, dan sebagainya) (Handoko, 2000:49). Honda dikenal dengan kualitas produk yang sudah teruji dan menggunakan mesin Full Injection untuk setiap motor matic nya. Hal ini telah membuktikan bahwa sepeda motor Honda mempunyai kualitas mesin yang baik dibandingkan dengan merek lain. Kualitas Honda Scoopy terletak pada keiritan mesinnya dan mesin yang tangguh.

Selain kualitas tentunya desain dari sebuah produk dapat mempengaruhi konsumen. Desain Produk merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan oleh produsen dalam menciptakan sebuah produk. Desain mengenai bentuk berhubungan dengan perencanaan dan penampilan dari produk tersebut, sedangkan desain mengenai fungsi berhubungan dengan bagaimana produk tersebut dapat digunakan. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler (2004:332), yang mendefinisikan desain atau rancangan produk sebagai totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan pelanggan.

Memilih desain haruslah pula dihubungkan dengan tujuan memperoleh laba di dalam jangka Panjang, oleh karena itu harus pula dapat meramal dapat tidaknya desain itu diterima oleh masyarakat kemudian, Diah Yulisetiari (2014:26). Honda Scoopy menjadi pelopor skutik retro modern di Indonesia. Revolusi terkini dari Honda Scoopy menghasilkan desain yang lebih trendi dan modern. Awal 2018 All New Honda Scoopy hadir dengan lampu depan LED projector. Serta terintegrasi dengan lampu seinnnya. Lampu rem belakangnya pun mengikuti. Kemudian yang

membuatnya berbeda dari generasi sebelumnya adalah penggunaan velg baru ukuran 12 inci dengan ban lebar dan tebal.

Layanan purna jual adalah jasa yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumennya setelah transaksi penjualan dilakukan sebagai jaminan mutu untuk produk yang ditawarkannya (Kotler Philip, 2000:508). Honda sendiri sangat memperhatikan layanan purna jual untuk setiap produk yang dijual. Bengkel resmi Honda AHASS disetiap kecamatan di hampir seluruh Indonesia sudah tersedia. Di Jember sendiri AHASS hampir setiap kecamatan ada. Sehingga konsumen yang ingin menservis motor Honda Scoopy tidak akan kesulitan. Honda Scoopy di Jember sendiri banyak penggunanya dari kalangan pelajar, mahasiswa maupun pegawai. Honda Scoopy tidak hanya digunakan oleh perempuan saja, banyak juga pengguna laki-laki. Kepuasan dari konsumen dengan Honda Scoopy menjadikannya laris manis.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005:65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa. Besar kemungkinan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan, cenderung untuk membeli kembali produknya. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang. Kualitas layanan bukanlah satu-satunya faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Diah Yulisetiari, 2014). Kualitas produk, desain dan layanan purna jual dapat mempengaruhi konsumen dalam menentukan dirinya puas.

Honda Scoopy di kawasan Universitas Jember banyak ditemui dengan mudah. Pengguna Honda Scoopy kebanyakan dari mahasiswa Universitas Jember. Honda Scoopy adalah motor *matic* yang kecil dan lincah untuk digunakan oleh mahasiswa Universitas Jember. Kapasitas bagasi yang besar yaitu 15,4 liter dapat menyimpan helm Scoopy. Honda Scoopy memberikan beragam pilihan varian

warna baru yang unik dan *fashionable*. Sehingga banyak disukai oleh kalangan mahasiswa yang masih remaja. Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini diberi judul Pengaruh Kualitas Produk, Desain dan Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Konsumen Motor Honda Scoopy.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Motor Honda Scoopy?
- b. Apakah Desain berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Motor Honda Scoopy?
- c. Apakah Layanan Purna Jual berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Motor Honda Scoopy?
- d. Apakah Kualitas Produk, Desain dan Layanan Purna Jual secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Motor Honda Scoopy?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk menguji pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Motor Honda Scoopy.
- b. Untuk menguji pengaruh Desain terhadap Kepuasan Konsumen Motor Honda Scoopy.
- c. Untuk menguji pengaruh Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Konsumen Motor Honda Scoopy.
- d. Untuk menguji secara bersama-sama pengaruh Kualitas, Desain dan Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Konsumen Motor Honda Scoopy.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi berbagai pihak antara lain.

a. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dan pengetahuan untuk penelitian-penelitian yang berkenaan dengan pengaruh Kualitas, Desain dan Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Konsumen motor Honda Scoopy.

b. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan perusahaan dalam menentukan kebijakan mengenai pola perilaku konsumen sehingga dapat merumuskan strategi pemasaran yang tepat di masa yang akan datang yang berkaitan dengan pengaruh Kualitas, Desain dan Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Konsumen motor Honda Scoopy.

c. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memacu penelitian selanjutnya yang lebih baik serta sebagai tambahan referensi bagi peneliti berikutnya yang berkaitan dengan pengaruh Kualitas, Desain dan Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Konsumen motor Honda Scoopy.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Tinjauan Teori

a. Pemasaran

Pemasaran selama ini dikenal sebagai aktivitas yang tidak terpisahkan dari dunia bisnis dan memiliki fungsi yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Peranan fungsi pemasaran dalam menjaga kelangsungan hidup dan perkembangan suatu perusahaan adalah mencakup beberapa hal sebagai berikut (Dimiyati, 2012:1):

- 1) Berperan untuk memastikan pertukaran nilai antara perusahaan dan konsumennya;
- 2) Berperan besar dalam membentuk pola persaingan dipasar;
- 3) Orientasi bisnis perusahaan;
- 4) Berperan untuk menentukan cara-cara sebuah bisnis dijalankan dalam sebuah industri.

Disebagian besar masyarakat, pemasaran sering diartikan sebagai proses penjualan barang dan jasa, tetapi apabila dilihat lebih mendalam pengertian pemasaran mempunyai aspek yang lebih luas dari pada pengertian tersebut. Bagi pelaku bisnis sasaran fundamental dari bisnis mereka adalah kelangsungan hidup, laba, dan pertumbuhan. Pemasaran memberikan kontribusi secara langsung untuk mencapai sasaran ini. Pemasaran terdiri dari kegiatan menilai keinginan dan kepuasan konsumen saat ini dan calon konsumen, mendesain dan mengatur penawaran produk, menentukan harga dan kebijakan harga, mengembangkan strategi distribusi, dan melakukan komunikasi dengan konsumen saat ini dan calon konsumen. Menurut Kotler (2009:10), Pemasaran adalah proses sosial yang dengan proses satu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.

b. Kualitas Produk

Menurut Kotler and Armstrong (2012:283) arti dari kualitas produk adalah “*the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*” yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Menurut Tjiptono (2001, 25), dimensi kualitas produk meliputi:

1) Kinerja (*Performance*)

Yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti (*Core Product*) yang dibeli, misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi dan sebagainya.

2) Keistimewaan tambahan (*Features*)

Yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya kelengkapan interior dan eksterior seperti keamanan tambahan dan sebagainya.

3) Keandalan (*Reliability*)

Yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai, misalnya tidak sering ngadat/macet/rewel/rusak.

4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specifications*)

Yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya standar keamanan dan emisi terpenuhi, seperti ukuran as roda untuk truk tentunya harus lebih besar daripada mobil sedan.

5) Daya tahan (*Durability*)

Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan mobil.

6) Estetika (*Asthetic*)

Yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Misalnya bentuk fisik mobil yang menarik, model atau desain yang artistik, warna, dan sebagainya.

Penelitian ini hanya menggunakan 4 indikator diatas yaitu *performance*, *features*, *reliability*, dan *durability* yang lebih relevan dengan penelitian ini. Sedangkan untuk *asthetic* dan *conformance to specifications* tidak terlalu relevan karena estetika pada motor Honda Scoopy tidak begitu dilihat oleh konsumen. Kesesuaian dengan spesifikasi juga tidak terlalu diperhatikan juga oleh konsumen. Kualitas produk yang dihasilkan perusahaan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen dimana kualitas produk yang baik dapat menjadi keunggulan perusahaan dalam bersaing dan juga menjadi kunci bagi kesuksesan perusahaan. Ketika perusahaan mampu menghasilkan produk lebih atau sama dengan harapan konsumen dalam hal ini perusahaan berhasil menciptakan produk yang berkualitas atau mampu memberikan kepuasan kepada konsumen.

c. Desain (*Design*)

Desain (*design*) adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan konsumen. Desain sangat penting terutama dalam pembuatan busana, rumah, barang kemasan, dan peralatan tahan lama. Desainer harus menemukan berapa banyak yang diinvestasikan dalam bentuk, kinerja, kesesuaian, ketahanan, kinerja dan kemudahan perbaikan. Desain yang baik dimulai pemahaman mendalam tentang kebutuhan pelanggan. Lebih dari sekedar menciptakan produk atau jasa, desain melibatkan pembentukan pengalaman pemakaian produk bagi pelanggan.

Desain adalah dimensi yang unik. Dimensi ini banyak menawarkan aspek emosional dengan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Irawan, 2004:51). Desain atau gatra sebagai wujud lahiriah yang tampak, adalah mengenai garis, bentuk dan warna. Tiga unsur ini yaitu *line*, *form*, and *colour* harus dibuat sedemikian harmonisnya untuk mendapatkan keindahan dan kesesuaian daripada produk. Gatra luar atau *eksternal design* daripada suatu produk merupakan salah satu faktor di dalam menentukan kualitasnya. Memilih desain haruslah pula dihubungkan dengan tujuan memperoleh laba di dalam jangka panjang.

Menurut Durvasula *et al.* (2004:443) mengemukakan indikator untuk mengukur desain produk adalah:

- 1) Model terbaru

Dengan mengeluarkan produk yang mengikuti zaman tentu akan lebih mudah dalam merangsang konsumen melakukan pembelian.

- 2) Warna

Warna merupakan salah satu faktor yang dapat membuat seseorang tertarik.

- 3) Variasi desain

Agar konsumen tidak merasa bosan dengan desain yang itu-itu saja maka perusahaan perlu melakukan variasi desain.

- d. Layanan Purna Jual

Pemberian pelayanan purna jual kepada pelanggan biasanya diberikan sebagai suatu tanggung jawab penjual atas kualitas barang yang dijualnya. Pelayanan yang diberikan dalam bentuk pemberian garansi, penggantian barang – barang rusak, pemeliharaan dan penyediaan suku cadang (Barata, 2003:290). Keuntungan yang didapat perusahaan yang memperhatikan pelayanan purna jual kepada pelanggan menurut Armistead dan Clark (1995:5), antara lain kepercayaan pelanggan dan layanan dukungan kepada pelanggan yang baik dapat meyakinkan pelanggan bahwa pelanggan akan mendapatkan nilai maksimum dari pembelian.

Menurut Wibisono (2006), bentuk-bentuk layanan purna jual yang disediakan adalah:

- 1) Pemberian garansi, merupakan jaminan keamanan operasi produk pada waktu tertentu di saat pemakaian normal.
- 2) Jasa pelayanan untuk mengantarkan barang untuk sampai ke tujuan, gunanya untuk memberikan rasa aman bagi pelanggan bahwa produk yang mereka beli akan selamat sampai di tujuan.
- 3) Penyediaan jasa reparasi, berupa penyediaan barang, tenaga teknisi untuk perawatan dan perbaikan, penyediaan suku cadang yang asli dan berkualitas, serta bengkel yang memadai.
- 4) Petunjuk pemakaian produk, serta adanya buku pedoman pemakaian produk agar pelanggan dapat mengoperasikan produk dengan baik dan menghindari kesalahan yang tidak perlu dalam pemakaian produk.

- 5) Adanya perhatian yang serius dari perusahaan terhadap keluhan yang dirasakan pelanggan.

Dalam penelitian ini hanya menggunakan 2 indikator yaitu pemberian garansi dan penyediaan jasa reparasi, karena menurut peneliti garansi dan jasa reparasi lebih penting untuk konsumen agar tercipta rasa aman pada konsumen.

e. Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:16), Kepuasan Konsumen adalah kondisi dimana tingkatan kinerja anggapan produk sesuai dengan ekspektasi pembeli. Menurut Tjiptono (2006:169), kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian atau standar kinerja lainnya dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan.

Menurut Kotler dan Keller (2007:177), Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Menurut (Kotler, 2009:140), ada 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu :

- 1) *Re-purchase*: membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang/jasa.
- 2) Menciptakan *Word-of-Mouth*: Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain.
- 3) Menciptakan Citra Merek: Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing.
- 4) Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama: Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

2.1.2 Penelitian Terdahulu

Salah satu yang menjadi peranan terpenting dalam sebuah penelitian adalah penelitian terdahulu. Hasil dari penelitian terdahulu dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian berikutnya. Penelitian terdahulu yang dijadikan dasar penelitian ini adalah:

- a. Joko Susanto (2012), penelitian ini berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk, Iklan dan Pelayanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio” yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk, iklan dan pelayanan purna jual terhadap keputusan pembelian pada masyarakat di kota Surabaya. Alat analisis menggunakan analisis linier berganda. Hasil penelitian ini adalah variabel kualitas produk, iklan, dan pelayanan purna jual secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- b. Basrah Saidani (2013), penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas” yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian pada masyarakat yang sedang bermain diwilayah Jakarta Timur. Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah variabel kualitas produk dan desain produk secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
- c. Yudhi Soewito (2013), penelitian ini berjudul “Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio” yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk, merek dan desain terhadap keputusan pembelian pada konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Singkil Manado. Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah variabel kualitas produk, merek, dan desain berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian.
- d. Dewi Victoria (2014), penelitian ini berjudul “Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Surya Toto Indonesia Tbk.” yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel pelayanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan pada PT Surya Toto Indonesia Tbk. Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah variabel layanan purna jual berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- e. Diah Yulisetiari (2015), penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Nasabah Bank Konvensional”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang menggunakan layanan bank konvensional di Situbondo. Alat analisis menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*). Hasil uji analisis jalur menunjukkan bahwa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, empati, jaminan, dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- f. Makhfida Iswari (2016), penelitian ini berjudul “Analisis Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan Alat Berat Kobelco Cabang Banjarmasin” yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Daya Kobelco CMI Cabang Banjarmasin. Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah variabel layanan purna jual berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- g. Nika Irawati (2016), penelitian ini berjudul “Pengaruh Desain dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Kepuasan Pembelian Laptop Asus” yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel desain dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa program S1 pengguna Laptop Asus di Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. Alat analisis menggunakan analisis linier berganda. Hasil penelitian ini adalah variabel desain dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- h. Teguh Wibowo (2016), penelitian ini berjudul “Dampak Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan” yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk dan layanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan pada seluruh pelanggan PT. BTU. Alat analisis menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*). Hasil penelitian ini adalah variabel Kualitas produk dan layanan purna jual berpengaruh masing-masing secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel-variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil
1.	Joko Susanto (2012)	Kualitas Produk, Iklan, Layanan Purna Jual, Keputusan Pembelian	Analisis Linier Berganda	Kualitas Produk, Iklan, dan Pelayanan Purna Jual Secara Simultan Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.
2.	Basrah Saidi (2013)	Kualitas Produk, Desain Keputusan Pembelian	Analisis Regresi Linier Berganda	Kualitas Produk dan Desain Produk Secara Bersama-Sama Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian
3.	Yudhi Soewito (2013)	Kualitas Produk, Merek Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian	Analisis Regresi Linier Berganda	Kualitas Produk, Merek, dan Desain Berpengaruh Secara Simultan Dan Parsial Terhadap Keputusan Pembelian
4.	Dewi Victoria (2014)	Pelayanan Purna Jual	Analisis Regresi Linier Berganda	Layanan Purna Jual Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan
5.	Diah Yulisetiarni (2015)	Kualitas Layanan, Kepuasan Dan Loyalitas	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Empati, Jaminan, dan Kepuasan Konsumen Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan.
6.	Makhfida Iswari (2016)	Layanan Purna Jual	Analisis Regresi Linier Berganda	Layanan Purna Jual Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

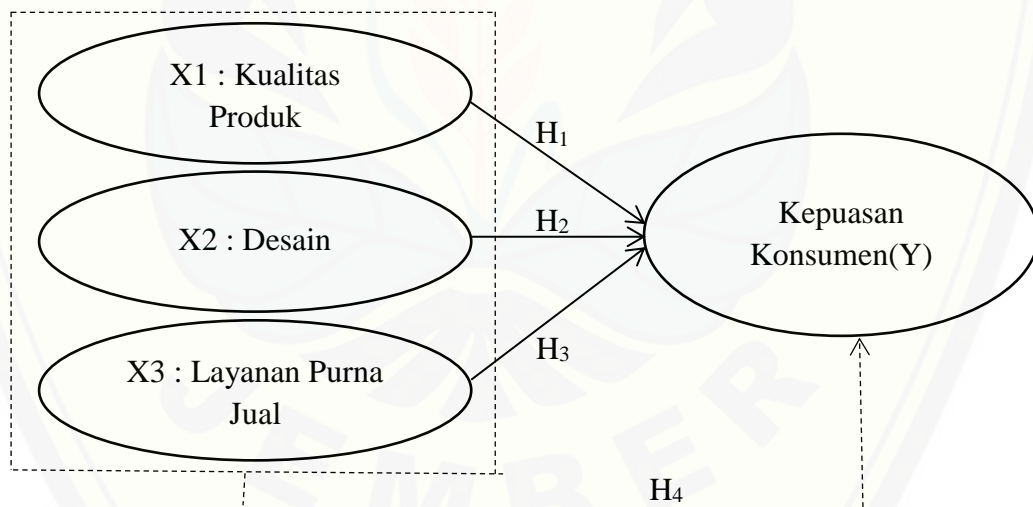
Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

7.	Nika Irawati (2016)	Desain, Produk, Konsumen	Kualitas, Kepuasan	Analisis Linier Berganda	Desain dan Kualitas Produk Secara Bersama-Sama Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen.
8.	Teguh Wibowo (2016)	Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan	Produk, Purna Jual	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	Kualitas Produk Dan Layanan Purna Jual Berpengaruh Masing-Masing Secara Parsial Dan Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Sumber: Joko Susanto (2012), Basrah Saidi (2013), Yudhi Soewito (2013), Dewi Victoria (2014), Diah Yulisetiari (2015), Makhfida Iswari (2016), Nika Irawati (2016) Teguh Wibowo (2016)

2.2 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1: Kerangka Konseptual Penelitian

Keterangan: — : Parsial
 - - - : Simultan

2.3 Pengembangan Hipotesis Penelitian

- Lupiyoadi (2001:158) menyatakan bahwa pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan

berkualitas. Kotler dan Armstrong (2004:310) juga menyebutkan bahwa tingkat kualitas yang tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi. Penelitian Joko Susanto (2016), Nika Irawati (2016), Teguh Wibowo (2016), Basrah Saidani (2013) dan Yudhi Soewito (2013) menunjukkan hasil bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

H₁ : Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen yang telah melakukan pembelian motor Honda Scoopy pada mahasiswa Universitas Jember.

- b. Desain produk yang baik adalah desain produk yang berfokus pada kualitas, karena kualitas dapat digunakan untuk menekan harga dan menaikkan bagian pasar pada waktu yang sama (Yamit, 2001:117). Penelitian Nika Irawati (2016), Basrah Saidani (2013) dan Yudhi Soewito (2013) menunjukkan hasil bahwa Desain berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

H₂ : Desain berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen yang telah melakukan pembelian motor Honda Scoopy pada mahasiswa Universitas Jember.

- c. Pemberian pelayanan purna jual kepada pelanggan biasanya diberikan sebagai suatu tanggung jawab penjual atas kualitas barang yang dijualnya. Pelayanan yang diberikan dalam bentuk pemberian garansi, penggantian barang – barang rusak, pemeliharaan dan penyediaan suku cadang (Barata, 2003:290). Penelitian Joko Susanto (2016), Dewi Victoria (2014), Makhfida Iswari (2016), Teguh Wibowo (2016) dan Diah Yulisetiari (2015) menunjukkan hasil bahwa Layanan Purna Jual berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

H₃ : Layanan Purna Jual berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen yang telah melakukan pembelian motor Honda Scoopy pada mahasiswa Universitas Jember.

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian adalah suatu usulan untuk memecahkan masalah dan merupakan rencana kegiatan yang dibuat oleh peneliti untuk memecahkan masalah, sehingga akan diperoleh data yang valid sesuai dengan tujuan penelitian (Arikunto, 2006:12). Penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai *explanatory research*, yaitu penelitian yang dilakukan dengan maksud untuk menggali data dari responden dan untuk menguji tingkat dimana variabel yang diteliti diharapkan dapat menjelaskan obyek yang diteliti melalui data yang terkumpul (Supranto, J., 2007:6). Teknik analisis yang dipergunakan untuk menganalisis data menggunakan regresi linier berganda, kemudian mengintrestasikan dan langkah terakhir menyimpulkan serta memberikan saran dari hasil analisis.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2005:90). Populasi pada penelitian ini adalah semua konsumen yang telah melakukan pembelian dan menggunakan motor Honda Scoopy pada mahasiswa Universitas Jember.

3.2.2 Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang telah melakukan pembelian dan menggunakan Honda Scoopy pada mahasiswa Universitas Jember dengan menggunakan teknik pengambilan sampel, *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2011:85), *Purposive Sampling* adalah teknik menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan sampel dalam penelitian ini berdasarkan pada kriteria persyaratan sampel yang telah ditentukan peneliti. Kriteria tersebut adalah:

- a. Responden saat diteliti merupakan konsumen yang sudah membeli serta menggunakan motor Honda Scoopy minimal selama 1 tahun.
- b. Responden berusia minimal 18 tahun dengan asumsi pada usia tersebut responden sudah cukup mengerti, dapat menanggapi, dan dapat membuat keputusan terkait masing-masing pernyataan dalam kuesioner penelitian dengan baik.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini berdasarkan pendapat dari Ferdinand (2006:58) bahwa jumlah *representative* adalah bergantung pada jumlah indikator yang digunakan. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5 sampai dengan 10 sampel. Indikator dalam penelitian ini sejumlah 13, jadi $13 \times 10 = 130$ sampel. Sampel sebanyak ini sudah mencukupi untuk penelitian parametrik, dimana hanya dibutuhkan minimal 30 sampel.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data penelitian yang digunakan adalah data kualitatif ordinal yang di kuantitatifkan dengan menggunakan skala *Likert*, kemudian dianalisis lebih lanjut untuk menentukan seberapa jauh tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh dari skor-skor indikator-indikator yang telah ditetapkan peneliti dari variabel Kualitas Produk, Desain dan Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Konsumen motor Honda Scoopy.

3.3.2 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan 2 sumber data sebagai pendukung penelitian, yaitu data primer dan data sekunder yang secara terperinci dijelaskan berikut:

- a. Data Primer

Data primer pada penelitian ini merupakan data yang diperoleh berdasarkan hasil isian kuesioner dari responden sesuai persyaratan sampel, yang merupakan konsumen yang telah melakukan pembelian dan menggunakan motor Honda Scoopy pada mahasiswa Universitas Jember. Data hasil isian kuesioner meliputi identifikasi karakteristik responden dan respon pernyataan setiap item kuesioner.

b. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan sebagai rujukan pada penelitian ini adalah buku, jurnal ilmiah, dan internet. Data sekunder yang didapatkan meliputi penelitian terdahulu, landasan teori yang sesuai dengan penelitian, informasi relevan dari internet, data hasil survei, dan kajian empiris tentang penelitian sejenis. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data penjualan motor Honda Scoopy yang didapat dari internet.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan 2 metode dalam pengumpulan data penelitian sebagai *input* analisis data, yaitu kuesioner dan wawancara yang secara terperinci dijelaskan sebagai berikut:

3.4.1 Kuesioner

Kuesioner adalah sejumlah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dan selanjutnya responden diminta untuk mengisi daftar pernyataan sesuai pilihan jawaban yang telah disediakan peneliti. Data yang didapatkan dari hasil kuesioner merupakan *input* yang kemudian diolah dengan alat analisis yang telah ditentukan, sehingga dihasilkan *output* berupa informasi mengenai variabel yang diteliti dalam penelitian. Jumlah kuesioner yang disebarakan peneliti kepada responden yang telah memenuhi kriteria persyaratan sampel adalah 130 kuesioner.

3.4.2 Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung kepada responden dengan mengajukan pertanyaan yang terstruktur dengan tujuan untuk mendapatkan informasi terkait dengan masalah yang diteliti. Peneliti melakukan wawancara pada tahap pengumpulan data, yaitu saat awal perkenalan dengan responden dan sebelum memberikan kuesioner penelitian.

3.5 Identifikasi Variabel

Variabel-variabel yang di analisis pada penelitian ini terbagi ke dalam 2 kelompok variabel.

3.5.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*) (X)

Variabel bebas atau *independent variable* (X) dalam penelitian ini adalah :

- a. Kualitas Produk (X_1)
- b. Desain (X_2)
- c. Layanan Purna Jual (X_3)

3.5.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*) (Y)

Variabel terikat atau *dependent variable* (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen yang sudah membeli motor Honda Scoopy mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah definisi berdasarkan karakteristik yang dapat diamati atau diukur, dapat diamati artinya memungkinkan penelitian untuk melakukan obser!asi atau pengukuran secara cermat dalam suatu obyak atau fenomena yang dapat diulang oleh orang lain (Nursalam, 2008). Definisi operasional variable penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

a. Kualitas Produk (X_1)

Kualitas produk merupakan suatu produk dan jasa yang melalui beberapa tahapan proses dengan memperhitungkan nilai suatu produk dan jasa tanpa adanya kekurangan sedikitpun nilai suatu produk dan jasa, dan menghasilkan produk dan jasa sesuai harapan tinggi dari pelanggan. Adapun indikator-indikator kualitas produk dalam penelitian ini menurut Tjjiptono (2001:25) adalah:

- 1) Kinerja (*Performance*) merupakan karakteristik utama dari produk seperti konsumsi bahan bakar yang lebih irit.
- 2) Fitur (*Features*) merupakan karakteristik pelengkap produk seperti alarm anti maling.
- 3) Keandalan (*Reliability*) adalah kemungkinan akan mengalami kerusakan yang kecil seperti kerusakan mesin.
- 4) Daya tahan (*Durability*) adalah ketahanan produk untuk digunakan dalam waktu yang lama seperti ketangguhan mesin.

b. Desain (*design*) (X_2)

Menurut Prastyowibowo (1999:5), Desain Produk adalah salah satu unsur memajukan industri agar hasil industri produk tersebut dapat diterima oleh masyarakat, karena produk yang mereka dapatkan mempunyai kualitas baik, desain yang menarik, dan sebagainya. Desain adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan (Kotler dan Keller, 2009:10). Durvasula *et al.* (2004:443) mengemukakan indikator untuk mengukur desain produk adalah dengan:

- 1) Model terbaru (*Up to date*)
Selalu mengikuti perkembangan jaman untuk model terbaru.
- 2) Warna
Memiliki beragam pilihan warna yang menarik.
- 3) Variasi desain
memiliki variasi desain dengan gara retro.

c. Layanan Purna Jual (X_3)

Menurut Tjiptono (2008:136) terdapat beberapa alternatif strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk mengurangi kemungkinan terjadinya ketidakpastian yaitu dengan penyediaan pelayanan purna jual dengan pemberian garansi untuk mengurangi persepsi konsumen terhadap risiko pembelian, jasa reparasi, dan penyediaan suku cadang pengganti. Sebuah perusahaan harus menentukan bagaimana menawarkan jasa setelah pembelian. Perusahaan dapat memahami masing-masing konsumen dengan memberikan pelayanan purna jual yang

diberikan perusahaan. Menurut Wibisono (2006) bentuk layanan purna jual yang diberikan adalah:

- 1) Garansi adalah jaminan kualitas umur pemakaian yang diharapkan atas produk yang dijual seperti jaminan servis gratis selama 1 tahun.
- 2) Jasa reparasi adalah pelayanan perbaikan seperti memberikan perbaikan setelah pembelian.

d. Kepuasan Konsumen (Y)

Menurut Tjiptono (2006:169), kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian atau standar kinerja lainnya dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan. Menurut (Kotler, 2009:140), ada 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu :

- 1) *Re-purchase*, akan membeli kembali motor Honda Scoopy dikemudian hari.
- 2) Menciptakan *Word-of-Mouth*, akan merekomendasikan motor Honda Scoopy pada orang lain.
- 3) Menciptakan citra merek, tidak tertarik pada produk dari merek lainnya.
- 4) Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama, akan membeli produk lainnya dari Honda.

3.7 Skala Pengukuran Variabel

Teknik pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan variabel yang diukur, kemudian variabel tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument pertanyaan-pertanyaan. Menurut Suliyanto (2006:23), skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Dalam skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Pembagian bobot nilai untuk masing-masing pilihan jawaban pada kuesioner antara lain:

- | | |
|--------------------------------|----------------------|
| a. Jawaban Sangat Setuju (SS), | dengan bobot nilai 5 |
| b. Jawaban Setuju (S), | dengan bobot nilai 4 |
| c. Jawaban Netral (N), | dengan bobot nilai 3 |

- d. Jawaban Tidak Setuju (TS), dengan bobot nilai 2
 e. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS), dengan bobot nilai 1

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas Data

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukuran itu mampu mengukur apa yang ingin diukur (Umar, 2003:176). Dengan kata lain validitas juga menunjukkan ketepatan suatu alat pengukur itu untuk mengukur apa yang diinginkan serta dapat mengungkapkan data dan variabel yang ingin diteliti secara tepat. Untuk menguji validitas digunakan teknik *Product Pearson's Moment* (Umar, 2003:133) dengan rumus:

$$r = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Dimana:

n = jumlah responden (130)

r = angka korelasi

x = skor pertanyaan yang akan diujikan validitasnya

y = total skor tanpa melibatkan pertanyaan yang diujikan

Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df = n-2$ dengan sig 5%.

Jika r hitung > r tabel (0,171) maka valid, dan sebaliknya.

b. Uji Realibilitas

Umar (2003:176) menyatakan bahwa uji reliabilitas merupakan istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran dikatakan konsisten apabila pengukuran dilakukan dua kali atau lebih. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau dapat dipercaya jika jawaban seseorang atas pertanyaan dari waktu ke waktu tetaplah sama atau stabil meskipun telah diukur beberapa kali. Semakin kecil kesalahan pengukuran makin reliabel alat pengukur.

Uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach Alpha*, instrumen dikatakan reliabel apabila nilai α lebih besar dari 0,60 dengan rumus berikut (Santoso, 2004:280).

$$\alpha = \frac{(K)Cov/Var}{1 + (K - 1)Cov/Var}$$

Dimana:

α = *alpha*

K = banyaknya butir pertanyaan

Cov = rerata kovarians diantara butir

Var = rerata varians dari butir

3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini untuk menganalisis data hasil penelitian digunakan metode regresi berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu Kualitas Produk (X1), Desain (X2) dan Layanan Purna Jual (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Pengujian terhadap hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis berganda dengan persamaan analisis sebagai berikut (Ghozali, 2013: 277).

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e_i$$

Keterangan:

Y = variabel kepuasan konsumen

α = bilangan konstanta

b_1 = koefisien regresi variabel kualitas produk

b_2 = koefisien regresi variabel desain

b_3 = koefisien regresi variabel layanan purna jual

X_1 = variabel kualitas produk

X_2 = variabel desain

X_3 = variabel layanan purna jual

e_i = variabel pengganggu (*error*)

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah mutlak regresi yang baik adalah distribusi data normal atau

mendekati normal. Untuk mengetahui bentuk distribusi data dapat menggunakan grafik P-Plot. Pada grafik P-plot suatu data akan berdistribusi normal dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan (Santoso, 2002:214).

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas artinya antar variabel independen yang terdapat dalam model memiliki hubungan yang sempurna/mendekati sempurna atau koefisien korelasi tinggi. Hal ini akan menimbulkan bias dalam estimasi.

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan korelasi antara variabel independent atau tidak (Santoso, 2002:203). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent. Untuk mendeteksi adanya multikol (Santoso, 2002:208). Besaran *VIF* (*Variance Information Factor*) dan *Tolerance* harus :

- 1) Mempunyai nilai *VIF* disekitar angka 1
- 2) Mempunyai angka *Tolerance* mendekati 1

c. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menyatakan bahwa apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari *residual* satu pengamatan yang lain. Jika varians satu dari *residual* satu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Namun, jika varians satu pengamatan lain berbeda, disebut heteroskedastisitas (Ghazali, 2013:139). Dasar pengambilan keputusan uji tersebut yaitu.

- 1) Jika ada titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka mengindikasikan adanya heteroskedastisitas.

- 2) Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y maka mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.4 Uji Hipotesis

a. Uji t

Analisis ini digunakan untuk membuktikan signifikan tidaknya antara variabel kualitas produk (X_1), desain (X_2) dan layanan purna jual (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara parsial. Rumusnya adalah sebagai berikut (Ghazali, 2013:95).

$$t = \frac{b_i}{Se(b_i)}$$

Keterangan :

t = test signifikansi dengan angka korelasi

b_i = koefisien regresi

$Se(b_i)$ = *standart error* dan koefisien korelasi

Formulasi hipotesis uji t :

- 1) H_0 ditolak dan H_a diterima, ada pengaruh parsial antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), begitupula sebaliknya.
- 2) $Sig < \alpha$, ada pengaruh parsial antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), begitupula sebaliknya.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh dari variabel bebas secara simultan (serentak) terhadap variabel terikat. Rumusnya adalah (Ghazali, 2013:96).

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

Keterangan :

F = pengujian secara simultan

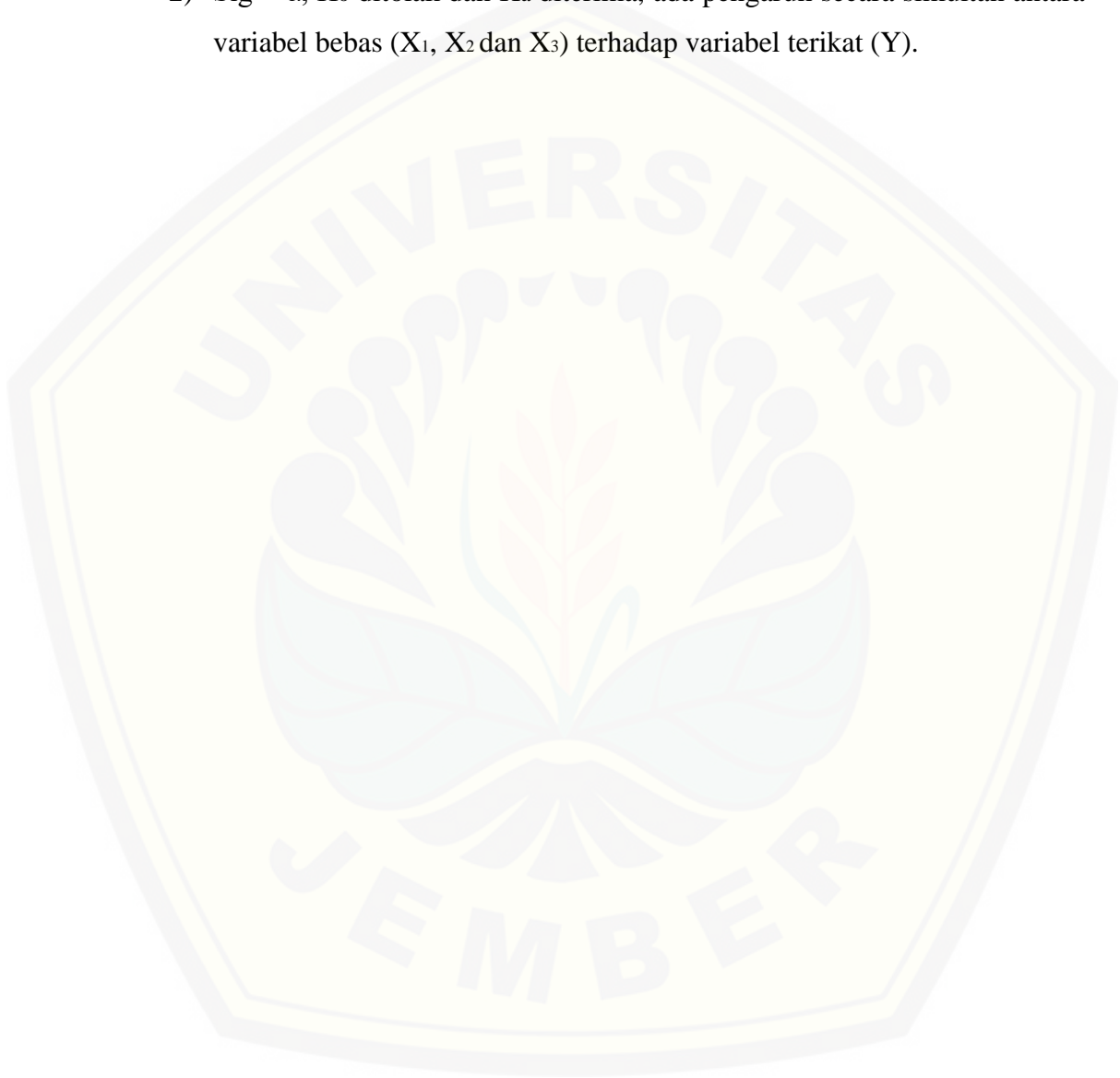
R^2 = koefisien determinasi

K = banyaknya variabel

n = banyaknya sampel

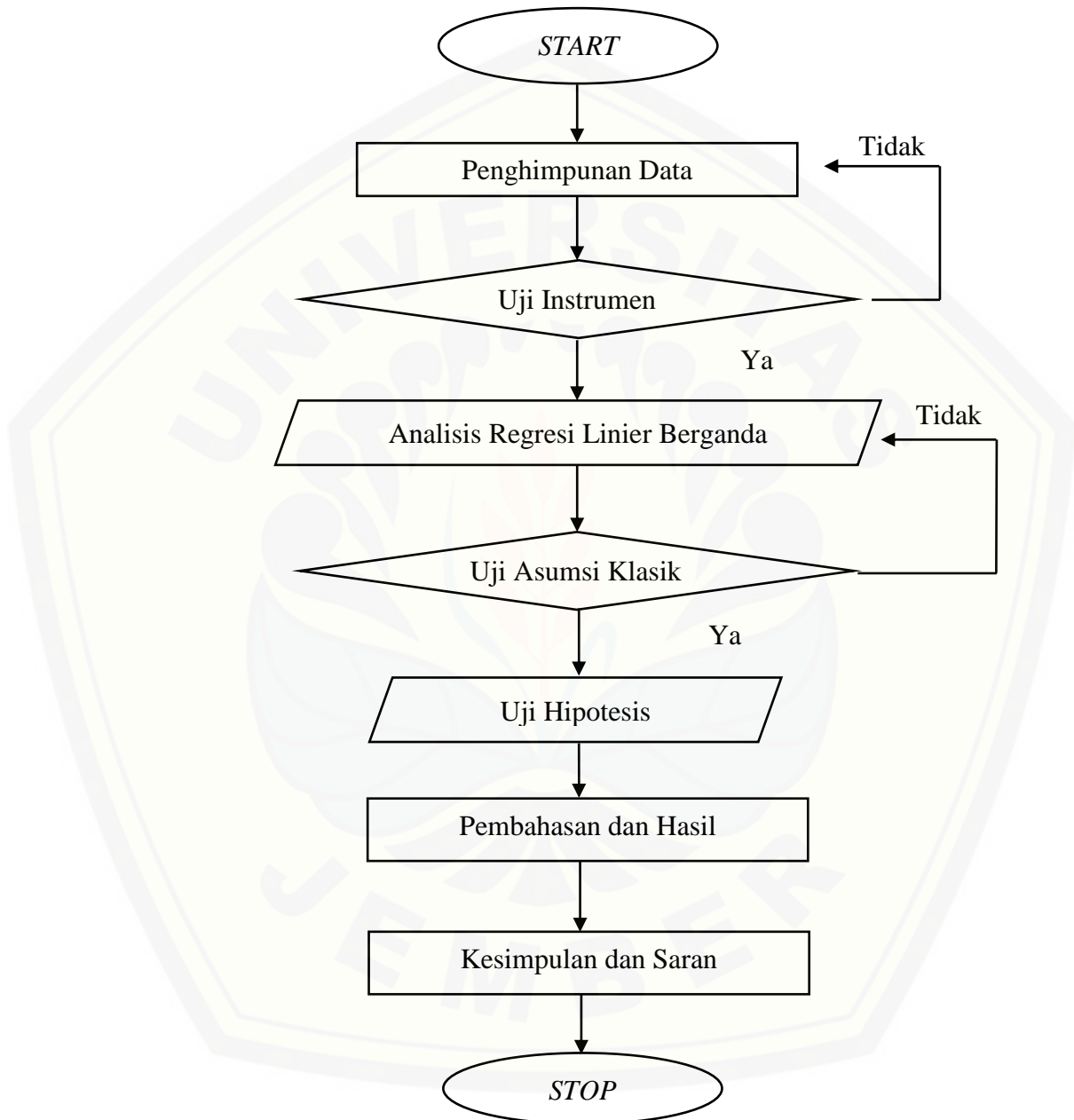
Formulasi hipotesis uji F :

- 1) $F_{hitung} > F_{tabel}$, H_0 ditolak dan H_a diterima, ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas (X_1 , X_2 dan X_3) terhadap variabel terikat (Y).
- 2) $Sig < \alpha$, H_0 ditolak dan H_a diterima, ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas (X_1 , X_2 dan X_3) terhadap variabel terikat (Y).



3.9 Kerangka Pemecahan Masalah

Kerangka pemecahan masalah dalam penelitian ini ditampilkan pada gambar 3 berikut.



Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Keterangan:

- a. *Start*, merupakan awal dari dimulainya penelitian. Meliputi kegiatan perumusan masalah, penetapan tujuan serta persiapan lainnya berkaitan dengan penelitian.
- b. Pengumpulan data, yaitu mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk penelitian, yaitu dengan membagikan kuesioner kepada responden.
- c. Uji instrumen, merupakan pengujian validitas dan reliabilitas untuk menguji normalitas data. Jika tidak valid dan reliabel, maka dilakukan pengumpulan data ulang.
- d. Analisis Regresi Linier Berganda, menganalisa pengaruh langsung variabel bebas terhadap variabel terikat.
- e. Uji Asumsi Klasik, melakukan uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi untuk menguji normalitas model. Jika terjadi multikolinearitas dan heteroskedastisitas, maka dilakukan analisis regresi berganda ulang.
- f. Uji Hipotesis, melakukan uji t untuk pengaruh parsial dan uji F untuk pengaruh simultan
- g. Pembahasan dan hasil
- h. Kesimpulan dan saran, menyimpulkan hasil penelitian dan memberikan saran dari hasil penelitian yang diperoleh
- i. *Stop*, berakhirnya penelitian dilakukan dengan memberikan hasil akhir dari penelitian.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah peneliti jelaskan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa universitas jember. ini membuktikan bahwa kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen mahasiswa Universitas Jember.
- b. Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa Desain Produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa universitas jember. ini membuktikan bahwa desain produk yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen mahasiswa Universitas Jember.
- c. Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa Layanan Purna Jual berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa universitas jember. ini membuktikan bahwa layanan purna jual yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen mahasiswa Universitas Jember.
- d. Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa kualitas produk, desain produk dan layanan purna jual secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa Universitas Jember.

5.2 Saran

- a. Bagi peneliti selanjutnya
Untuk penelitian selanjutnya yang memilih tema penelitian serupa dengan penelitian ini, sebaiknya menambahkan variabel-variabel baru yang lebih bervariasi seperti harga, citra merek, motivasi ataupun promosi karena dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sehingga hasil penelitian yang di lakukan bisa lebih baik lagi.
- b. Bagi Perusahaan
Bagi perusahaan diharapkan dapat lebih mengetahui lebih banyak apa saja yang diinginkan konsumen pada produk yang dijual, seperti:

- 1) Membuat desain khusus bagi remaja perempuan seperti desain yang lebih femini atau motif bunga ataupun yang lainnya, karena kebanyakan pengguna motor Honda Scoopy adalah perempuan.
- 2) Pada kualitas produk perusahaan dapat lebih meningkatkan fitur, kehandalan, kinerja, dan daya tahan mesin. Agar konsumen lebih puas lagi dalam menggunakannya
- 3) Pada desain perusahaan dapat meningkatkan lagi pada pilihan warna yang lebih variatif dan variasi desain.
- 4) Pada layanan purna jual perusahaan dapat meningkatkan pada pemberian garansi dan jasa reparasi lebih baik lagi.

c. Bagi Akademisi

Bagi akademisi diharapkan menjadi referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya lebih spesifik mengenai pengaruh Kualitas Produk, Desain dan Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Armistead, Colin G. dan Clark, Graham. 1996. *Layanan dan Dukungan Kepada Pelanggan: Penerapan Strategi Yang Efektif. Terjemahan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Barata, Atep Adya. 2003. *Dasar- Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Kompetindo.
- Basrah Saidani. 2013. Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 4 (2): 201-217
- Dewi Victoria. 2014. Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Surya Toto Indonesia Tbk. *Journal of Business and Banking*, 4 (2): 153-164.
- Diah Yulisetiari. 2014. *Intisari Marketing*. Jember: CV. Cahaya Ilmu.
- Diah Yulisetiari. 2014. The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Restaurant Business in East Java. *International Journal of Business and Management Invention*, 3 (5): 01-10.
- Diah Yulisetiari. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Nasabah Bank Konvensional di Situbondo. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Bisma*, 9 (1):17-18.
- Dimiyati, Mohamad. 2012. *Konsep Inti dan Elemen Pemasaran*. Mojokerto: Insan Global.
- Durvasula, S., Lysonski, S., Mehta, S.C. and Tang, B.P. 2004. Forging Relationships with Services: The Antecedents That Have an Impact on Behavioural Outcomes in The Life Insurance Industry. *Journal of Financial Services Marketing*, Vol. 8, No. 4: 314-326.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen Edisi 2*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Handoko, T. Hani. 2000. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Liberty.
- Irawan, Handi. 2004. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Joko Susanto. 2012. Pengaruh Kualitas Produk, Iklan dan Pelayanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio Di Surabaya. *Jurnal WIMA*, 1 (5): 110-114.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gery. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1 Dialihbahasakan oleh: Alexander Sindoro*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gery. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 11*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua Belas*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip. 2000. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Lupiyoadi Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik Edisi Pertama*. Depok: Salemba Empat.
- Makhfida Iswari. 2016. Analisis Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan Alat Berat Kobelco Cabang Banjarmasin. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 4 (2): 103-112.
- Mullins, Jhon W., Orville C. Walker Jr., Jean Claude Larreche, dan Harper W. Boyd. 2005. *Marketing Manajemen: A Strategic Decision Maker Approach*. New York: The Megraw-Hill Companies.
- Nika Irawati. 2016. Pengaruh Desain dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Kepuasan Pembelian Laptop Asus. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1 (1): 9 – 20.

- Nursalam. 2008. *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Prasetyowibowo, Bagas. 1999. *Desain Produk Industri*. Bandung: Yayasan Delapan Sepuluh.
- Santoso, Singgih. 2002. *SPSS Versi 11.5 Cetakan Kedua*. Jakarta: Gramedia.
- Santoso, Singgih. 2004. *SPSS Statistik Non Parametrik*. Jakarta: Elex Media Computindo.
- Sugiyono, 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Supranto, J. 2007. *Analisis Multivariat Arti dan Intepretasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Teguh Wibowo. 2016. Dampak Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Universitas Bakrie* Vol. 3, No. 03.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Umar, Husein. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Yamit, Zulian. 2001. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII.
- Yudhi Soewito. 2013. Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. *Jurnal EMBA*, 1 (3): 218-229.

Lampiran 1 Kuesioner

LEMBAR KUESIONER**i. Petunjuk Pengisian Identitas Responden**

1. Isilah identitas Anda sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
2. Berilah tanda check list atau centang (√) pada kolom jawaban yang sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Identitas Responden

Nomor Responden :(diisi peneliti)

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Umur : tahun

Sudah berapa lama memiliki motor Honda Scoopy:

1 tahun 2-3 tahun > 3 tahun

ii. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Pertanyaan-pertanyaan berikut mohon diisi dengan jujur dan sesuai dengan keadaan serta kenyataan yang ada.
2. Berilah tanda check list atau centang (√) pada salah satu kolom jawaban dari setiap pertanyaan sesuai dengan apa yang Anda alami dan rasakan saat ini.
3. Setiap jawaban pertanyaan akan diberi skor sebagai berikut :
 - a. Sangat Setuju (SS) : Skor 5
 - b. Setuju (S) : Skor 4
 - c. Netral (N) : Skor 3
 - d. Tidak Setuju (TS) : Skor 2
 - e. Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1

KUESIONER PENELITIAN1. Kualitas Produk (X_1)

No.	Pernyataan	SS 5	S 4	N 3	TS 2	STS 1
1.	Motor Honda Scoopy memiliki konsumsi bahan bakar yang lebih irit.					
2.	Motor Honda Scoopy memiliki alarm anti maling.					
3.	Motor Honda Scoopy memiliki kemungkinan kecil mengalami kerusakan mesin.					
4.	Motor Honda Scoopy memiliki mesin yang tangguh.					

2. Desain (X_2)

No.	Pernyataan	SS 5	S 4	N 3	TS 2	STS 1
1.	Motor Honda Scoopy selalu mengikuti perkembangan jaman untuk model terbaru.					
2.	Motor Honda Scoopy memiliki beragam pilihan warna yang menarik.					
3.	Motor Honda Scoopy memiliki variasi desain dengan gara retro.					

3. Layanan Purna Jual (X₃)

No.	Pernyataan	SS 5	S 4	N 3	TS 2	STS 1
1.	Motor Honda Scoopy memberikan jaminan servis gratis selama 1 tahun.					
2.	Motor Honda Scoopy memberikan perbaikan setelah pembelian.					

4. Kepuasan Konsumen (Y)

No.	Pernyataan	SS 5	S 4	N 3	TS 2	STS 1
1.	Saya akan membeli kembali motor Honda Scoopy dikemudian hari					
2.	Saya akan merekomendasikan motor Honda Scoopy pada orang lain.					
3.	Saya tidak tertarik pada produk dari merek lainnya					
4.	Saya akan membeli produk lainnya dari Honda					

Lampiran 2 Rekapitulasi Kuisioner

No.	Kualitas Produk (X ₁)				X ₁	Desain (X ₂)			X ₂	Layanan Purna Jual (X ₃)		X ₃	Kepuasan Konsumen (Y)				Y
	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}		X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}		X _{3.1}	X _{3.2}		Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	
1	3	4	4	3	14	4	3	4	11	4	3	7	4	4	4	4	16
2	4	3	4	4	15	5	2	4	11	4	4	8	4	4	4	4	16
3	5	5	4	5	19	4	3	4	11	4	4	8	4	5	4	4	17
4	3	3	3	3	12	3	2	3	8	3	3	6	3	4	3	4	14
5	5	5	5	4	19	4	5	4	13	4	3	7	5	5	5	4	19
6	4	5	4	4	17	4	5	4	13	4	4	8	5	5	4	4	18
7	5	5	5	5	20	4	5	4	13	4	4	8	5	5	4	5	19
8	4	1	4	3	12	2	3	4	9	3	4	7	4	3	4	3	14
9	4	5	4	4	17	4	5	4	13	3	3	6	4	3	4	3	14
10	5	1	4	4	14	4	4	3	11	3	5	8	4	5	3	3	15
11	4	5	4	4	17	4	4	4	12	5	4	9	4	3	4	4	15
12	3	4	3	5	15	3	3	4	10	2	2	4	2	4	3	4	13
13	2	3	4	4	13	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	3	15
14	5	4	4	4	17	5	5	4	14	3	3	6	4	4	3	4	15
15	3	4	3	4	14	5	4	4	13	4	4	8	5	4	3	3	15
16	3	2	2	3	12	3	3	4	10	4	2	6	2	4	3	3	12
17	3	3	4	4	11	2	3	3	8	3	3	6	3	2	3	3	11
18	5	5	4	5	19	5	4	4	13	4	4	8	4	5	4	4	17
19	5	5	4	5	19	4	4	4	12	4	4	8	4	5	4	4	17
20	5	5	4	5	19	5	4	4	13	4	4	8	4	5	4	4	17
21	2	5	2	4	13	5	3	2	10	4	2	6	2	5	2	4	13

No.	Kualitas Produk (X ₁)				X ₁	Desain (X ₂)			X ₂	Layanan Purna Jual (X ₃)		X ₃	Kepuasan Konsumen (Y)				Y
	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}		X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}		X _{3.1}	X _{3.2}		Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	
22	5	2	4	2	13	2	2	4	8	2	5	7	4	2	4	2	12
23	4	5	4	4	17	4	5	3	12	3	5	8	5	4	4	4	17
24	4	4	4	4	16	3	4	4	11	5	5	10	5	4	5	3	17
25	5	4	4	4	17	4	4	4	12	3	4	7	4	3	5	4	16
26	5	4	4	4	17	4	4	4	12	4	4	8	4	3	4	4	15
27	5	4	4	4	17	4	4	4	12	3	4	7	3	4	4	2	13
28	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	4	7	4	4	4	2	14
29	5	5	5	5	20	4	4	5	13	4	4	8	4	4	4	5	17
30	4	5	5	5	19	5	4	4	13	4	4	8	5	5	4	4	18
31	3	4	3	4	14	3	2	4	9	3	4	7	4	4	3	5	16
32	4	5	3	3	15	3	4	3	10	3	5	8	4	3	4	4	15
33	5	5	5	4	19	5	5	5	15	2	5	7	4	5	5	4	18
34	3	4	4	5	16	4	5	4	13	5	4	9	4	4	5	4	17
35	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	4	16
36	4	4	3	4	15	3	4	3	10	5	4	9	4	3	4	2	13
37	4	3	4	3	14	4	4	5	13	5	5	10	4	5	5	4	18
38	5	5	5	5	20	4	5	5	14	5	5	10	5	5	5	4	19
39	4	4	4	5	17	4	4	4	12	5	4	9	4	4	4	4	16
40	4	3	4	2	13	3	4	3	10	4	4	8	4	4	2	2	12
41	5	5	4	4	18	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	4	16
42	4	4	4	4	16	5	4	4	13	5	5	10	4	4	5	4	17
43	5	5	2	4	16	4	5	4	13	5	2	7	4	4	4	4	16

No.	Kualitas Produk (X ₁)				X ₁	Desain (X ₂)			X ₂	Layanan Purna Jual (X ₃)		X ₃	Kepuasan Konsumen (Y)				Y
	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}		X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}		X _{3.1}	X _{3.2}		Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	
44	1	4	4	4	13	4	4	4	12	5	4	9	3	4	4	4	15
45	1	4	4	4	13	3	2	4	9	5	5	10	4	3	4	4	15
46	4	5	4	3	16	4	4	4	12	2	3	5	5	5	4	3	17
47	4	4	5	4	17	1	1	2	4	3	4	7	3	3	3	4	13
48	4	5	4	4	17	4	5	4	13	3	3	6	5	5	4	4	18
49	4	2	4	4	14	4	4	4	12	4	4	8	5	3	5	5	18
50	4	5	4	4	17	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	4	16
51	5	5	4	4	18	4	4	5	13	4	5	9	4	5	5	4	18
52	4	4	2	4	14	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	4	16
53	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	4	16
54	4	4	4	4	16	4	5	4	13	5	4	9	4	4	4	4	16
55	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	8	4	5	5	4	18
56	4	1	3	4	12	4	4	3	11	5	5	10	4	4	3	4	15
57	4	4	2	4	14	4	5	5	14	4	4	8	4	5	5	4	18
58	4	4	3	4	15	4	3	4	11	5	4	9	4	4	4	4	16
59	4	5	3	4	16	4	3	4	11	5	4	9	3	4	4	4	15
60	5	4	2	4	15	5	5	4	14	5	4	9	5	4	5	4	18
61	3	4	4	4	15	2	5	4	11	4	4	8	3	4	5	4	16
62	4	5	4	5	18	3	5	4	12	4	4	8	3	5	4	4	16
63	2	4	4	5	15	4	4	5	13	4	3	7	4	5	4	4	17
64	4	4	3	4	15	5	4	4	13	4	4	8	5	4	4	3	16
65	5	3	4	5	17	3	4	5	12	4	4	8	4	5	4	5	18

No.	Kualitas Produk (X ₁)				X ₁	Desain (X ₂)			X ₂	Layanan Purna Jual (X ₃)		X ₃	Kepuasan Konsumen (Y)				Y
	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}		X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}		X _{3.1}	X _{3.2}		Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	
66	5	4	5	4	18	5	2	5	12	4	5	9	4	4	4	5	17
67	5	4	5	4	18	3	4	5	12	2	4	6	4	5	4	4	17
68	4	4	5	4	17	4	4	4	12	4	4	8	5	5	4	4	18
69	5	5	5	4	19	5	4	4	13	2	4	6	4	5	4	4	17
70	5	5	5	5	20	4	4	4	12	4	5	9	5	5	4	5	19
71	5	3	5	4	17	3	4	3	10	4	4	8	4	5	4	4	17
72	4	2	3	4	13	4	2	5	11	3	3	6	4	4	4	3	15
73	4	4	4	4	16	4	2	4	10	4	3	7	4	4	4	4	16
74	3	4	4	3	14	4	4	4	12	4	4	8	4	5	4	4	17
75	5	4	5	5	19	5	4	4	13	5	4	9	5	4	4	4	17
76	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	8	5	5	4	5	19
77	4	4	4	5	17	1	5	5	11	5	5	10	4	5	5	5	19
78	4	5	4	4	17	4	5	4	13	4	4	8	4	4	4	4	16
79	4	4	4	4	16	4	5	4	13	1	3	4	4	4	4	4	16
80	4	5	5	4	18	4	3	4	11	5	4	9	4	5	4	4	17
81	3	4	4	4	15	4	4	4	12	4	2	6	4	5	4	4	17
82	5	5	5	5	20	5	5	4	14	4	3	7	5	5	4	4	18
83	4	4	2	4	14	4	4	5	13	3	4	7	4	3	5	4	16
84	4	2	1	4	11	4	4	4	12	5	5	10	4	4	4	4	16
85	4	5	5	3	17	4	5	5	14	5	3	8	4	5	5	3	17
86	4	5	1	4	14	4	5	5	14	4	4	8	5	5	5	4	19
87	4	4	4	3	15	5	4	4	13	4	3	7	4	4	4	3	15

No.	Kualitas Produk (X ₁)				X ₁	Desain (X ₂)			X ₂	Layanan Purna Jual (X ₃)		X ₃	Kepuasan Konsumen (Y)				Y
	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}		X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}		X _{3.1}	X _{3.2}		Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	
88	4	5	4	4	17	5	5	5	15	5	4	9	4	4	4	4	16
89	5	4	5	4	18	3	4	3	10	4	4	8	4	4	4	4	16
90	4	5	4	4	17	4	4	5	13	4	4	8	5	4	4	4	17
91	4	4	4	4	16	3	4	3	10	4	3	7	4	3	4	4	15
92	4	4	3	5	16	5	5	5	15	5	4	9	4	5	5	4	18
93	4	5	5	5	19	5	4	4	13	4	4	8	5	5	4	4	18
94	4	4	4	3	15	5	5	5	15	4	5	9	4	5	5	4	18
95	5	5	5	5	20	4	5	5	14	4	4	8	4	5	5	5	19
96	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	3	15
97	4	4	4	4	16	4	4	4	12	2	3	5	4	4	4	4	16
98	5	4	4	4	17	4	4	5	13	3	4	7	5	4	4	4	17
99	3	4	5	4	16	4	2	5	11	4	5	9	4	4	4	5	17
100	3	3	3	5	14	3	3	4	10	2	2	4	2	4	3	4	13
101	4	3	4	4	15	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	3	15
102	4	5	5	4	18	4	4	5	13	4	5	9	5	4	4	4	17
103	4	5	4	4	17	4	4	4	12	3	3	6	4	4	4	4	16
104	5	4	5	4	18	4	3	4	11	4	3	7	4	4	4	4	16
105	4	3	4	2	13	3	3	3	9	5	5	10	4	3	3	5	15
106	4	4	4	4	16	3	3	3	9	4	4	8	4	5	4	4	17
107	4	5	4	5	18	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	4	16
108	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	4	16
109	5	5	4	5	19	4	3	4	11	4	4	8	4	5	4	4	17

No.	Kualitas Produk (X_1)				X_1	Desain (X_2)			X_2	Layanan Purna Jual (X_3)		X_3	Kepuasan Konsumen (Y)				Y
	$X_{1.1}$	$X_{1.2}$	$X_{1.3}$	$X_{1.4}$		$X_{2.1}$	$X_{2.2}$	$X_{2.3}$		$X_{3.1}$	$X_{3.2}$		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	
110	2	4	3	4	16	4	5	4	13	4	4	8	4	5	4	3	16
111	4	4	4	3	17	4	4	4	12	4	3	7	4	5	4	4	17
112	4	4	3	4	13	5	4	4	13	4	4	8	2	3	4	4	13
113	5	4	3	3	16	5	4	4	13	4	2	6	4	5	4	3	16
114	4	5	3	5	13	5	4	4	13	4	4	8	4	4	3	2	13
115	4	5	4	4	15	4	4	4	12	3	4	7	4	4	4	3	15
116	4	2	3	3	15	4	4	4	12	4	3	7	3	4	4	4	15
117	4	5	4	4	17	4	5	5	14	4	4	8	4	4	4	5	17
118	4	5	4	4	18	3	4	3	10	3	4	7	5	5	4	4	18
119	2	5	2	4	17	4	5	3	12	4	3	7	5	4	4	4	17
120	4	2	4	2	16	5	5	5	15	5	5	10	3	4	5	4	16
121	5	4	4	4	14	3	4	4	11	3	4	7	4	3	4	3	14
122	5	4	5	3	17	4	4	4	12	5	5	10	5	4	4	4	17
123	4	3	5	4	14	4	4	3	11	5	5	10	4	4	4	2	14
124	2	2	1	3	12	3	2	3	8	3	3	6	4	3	2	3	12
125	4	5	4	4	14	5	5	5	15	5	4	9	3	3	4	4	14
126	5	4	4	4	17	4	5	5	14	5	4	9	4	4	5	5	18
127	4	3	1	2	10	2	2	1	5	3	3	6	2	2	3	3	10
128	5	3	4	5	17	3	4	5	12	4	4	8	4	5	3	5	17
129	2	3	4	1	16	2	2	3	7	3	5	8	3	5	5	3	16
130	5	3	4	5	17	3	4	4	11	4	3	7	4	3	3	4	14

Lampiran 3 Jawaban Responden

a. Uji Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk

X_{1.1}

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	2	1.5	1.5	1.5
2.00	7	5.4	5.4	6.9
3.00	13	10.0	10.0	16.9
4.00	70	53.8	53.8	70.8
5.00	38	29.2	29.2	100.0
Total	130	100.0	100.0	

X_{1.2}

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	3	2.3	2.3	2.3
2.00	8	6.2	6.2	8.5
3.00	16	12.3	12.3	20.8
4.00	58	44.6	44.6	65.4
5.00	45	34.6	34.6	100.0
Total	130	100.0	100.0	

X_{1.3}

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	4	3.1	3.1	3.1
2.00	8	6.2	6.2	9.2
3.00	18	13.8	13.8	23.1
4.00	75	57.7	57.7	80.8
5.00	25	19.2	19.2	100.0
Total	130	100.0	100.0	

X_{1.4}

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	.8	.8	.8
2.00	5	3.8	3.8	4.6
3.00	16	12.3	12.3	16.9
4.00	81	62.3	62.3	79.2
5.00	27	20.8	20.8	100.0
Total	130	100.0	100.0	

b. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Desain

X_{2.1}

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	2	1.5	1.5	1.5
2.00	6	4.6	4.6	6.2
3.00	23	17.7	17.7	23.8
4.00	74	56.9	56.9	80.8
5.00	25	19.2	19.2	100.0
Total	130	100.0	100.0	

X_{2.2}

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	.8	.8	.8
2.00	12	9.2	9.2	10.0
3.00	15	11.5	11.5	21.5
4.00	70	53.8	53.8	75.4
5.00	32	24.6	24.6	100.0
Total	130	100.0	100.0	

X_{2.3}

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	.8	.8	.8
2.00	2	1.5	1.5	2.3
3.00	18	13.8	13.8	16.2
4.00	81	62.3	62.3	78.5
5.00	28	21.5	21.5	100.0
Total	130	100.0	100.0	

c. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Layanan Purna Jual

X_{3.1}

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	.8	.8	.8
2.00	8	6.2	6.2	6.9
3.00	24	18.5	18.5	25.4
4.00	68	52.3	52.3	77.7
5.00	29	22.3	22.3	100.0
Total	130	100.0	100.0	

X_{3.2}

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	7	5.4	5.4	5.4
3.00	25	19.2	19.2	24.6
4.00	74	56.9	56.9	81.5
5.00	24	18.5	18.5	100.0
Total	130	100.0	100.0	

d. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Konsumen

Y₁

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	6	4.6	4.6	4.6
	3.00	12	9.2	9.2	13.8
	4.00	86	66.2	66.2	80.0
	5.00	26	20.0	20.0	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Y₂

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.3	2.3	2.3
	3.00	18	13.8	13.8	16.2
	4.00	63	48.5	48.5	64.6
	5.00	46	35.4	35.4	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Y₃

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.3	2.3	2.3
	3.00	16	12.3	12.3	14.6
	4.00	87	66.9	66.9	81.5
	5.00	24	18.5	18.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Y₄

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	5.4	5.4	5.4
	3.00	22	16.9	16.9	22.3
	4.00	86	66.2	66.2	88.5
	5.00	15	11.5	11.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Lampiran 4 Uji Instrumen

a. Uji Validitas Kualitas Produk (X₁)**Correlations**

		X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}	X ₁
X _{1.1}	Pearson Correlation	1	.156	.331**	.217*	.540**
	Sig. (2-tailed)		.076	.000	.013	.000
	N	130	130	130	130	130
X _{1.2}	Pearson Correlation	.156	1	.252**	.399**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.076		.004	.000	.000
	N	130	130	130	130	130
X _{1.3}	Pearson Correlation	.331**	.252**	1	.201*	.640**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004		.022	.000
	N	130	130	130	130	130
X _{1.4}	Pearson Correlation	.217*	.399**	.201*	1	.496**
	Sig. (2-tailed)	.013	.000	.022		.000
	N	130	130	130	130	130
X ₁	Pearson Correlation	.540**	.639**	.640**	.496**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	130	130	130	130	130

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

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

b. Uji Validitas Desain (X_2)**Correlations**

		$X_{2.1}$	$X_{2.2}$	$X_{2.3}$	X_2
$X_{2.1}$	Pearson Correlation	1	.365**	.354**	.762**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	130	130	130	130
$X_{2.2}$	Pearson Correlation	.365**	1	.363**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	130	130	130	130
$X_{2.3}$	Pearson Correlation	.354**	.363**	1	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	130	130	130	130
X_2	Pearson Correlation	.762**	.789**	.716**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	130	130	130	130

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

c. Uji Validitas Layanan Purna Jual (X_3)**Correlations**

		$X_{3.1}$	$X_{3.2}$	X_3
$X_{3.1}$	Pearson Correlation	1	.280**	.823**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000
	N	130	130	130
$X_{3.2}$	Pearson Correlation	.280**	1	.776**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000
	N	130	130	130
X_3	Pearson Correlation	.823**	.776**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	130	130	130

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

d. Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y_1)**Correlations**

		Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y
Y ₁	Pearson Correlation	1	.279**	.299**	.135	.654**
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.127	.000
	N	130	130	130	130	130
Y ₂	Pearson Correlation	.279**	1	.256**	.248**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.001		.003	.004	.000
	N	130	130	130	130	130
Y ₃	Pearson Correlation	.299**	.256**	1	.200*	.647**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003		.022	.000
	N	130	130	130	130	130
Y ₄	Pearson Correlation	.135	.248**	.200*	1	.606**
	Sig. (2-tailed)	.127	.004	.022		.000
	N	130	130	130	130	130
Y	Pearson Correlation	.654**	.704**	.647**	.606**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	130	130	130	130	130

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

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

b. Uji Reliabilitas

X₁ (Kualitas Produk)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.739	5

X₂ (Desain)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.805	4

X₃ (Layanan Purna Jual)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.706	4

Y (Kepuasan Konsumen)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.754	5

Lampiran 5 Analisis Regresi Linier Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.749 ^a	.560	.550	1.21472

a. Predictors: (Constant), X₃, X₁, X₂

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	236.888	3	78.963	53.514	.000 ^b
	Residual	185.920	126	1.476		
	Total	422.808	129			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X₃, X₁, X₂

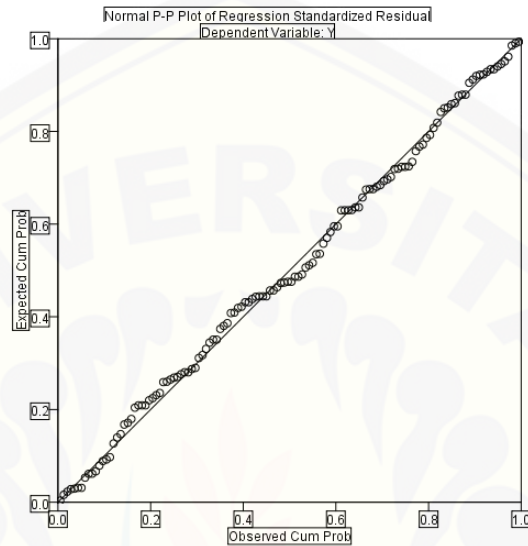
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.481	1.024		3.400	.001
	X1	.407	.054	.484	7.481	.000
	X2	.316	.065	.321	4.852	.000
	X3	.298	.085	.212	3.502	.001

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data



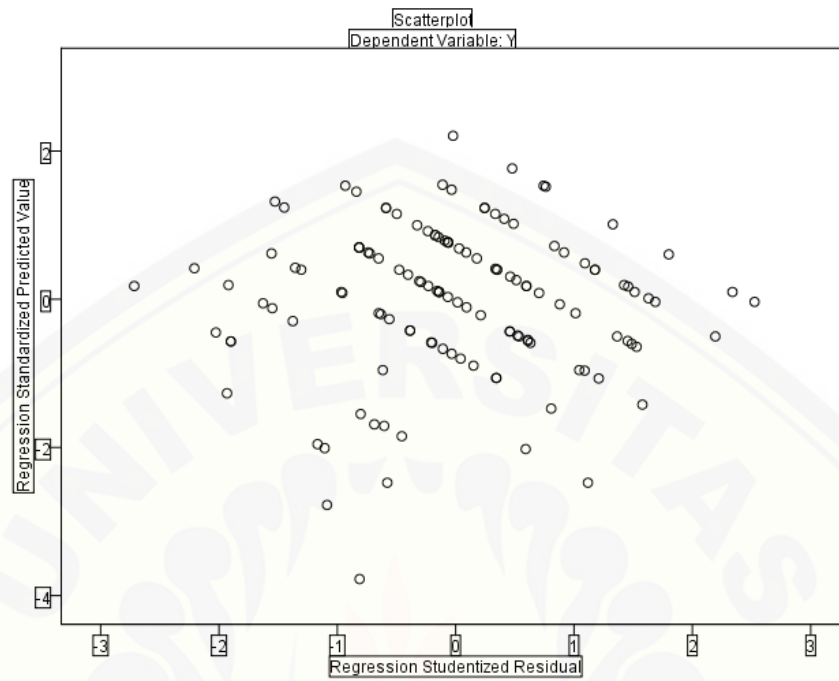
b. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.481	1.024		3.400	.001		
X ₁	.407	.054	.484	7.481	.000	.833	1.200
X ₂	.316	.065	.321	4.852	.000	.799	1.252
X ₃	.298	.085	.212	3.502	.001	.949	1.054

a. Dependent Variable: Y

c. Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 7 Uji Hipotesis

a. Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.481	1.024		3.400	.001
X ₁	.407	.054	.484	7.481	.000
X ₂	.316	.065	.321	4.852	.000
X ₃	.298	.085	.212	3.502	.001

a. Dependent Variable: Y

b. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	236.888	3	78.963	53.514	.000 ^b
	Residual	185.920	126	1.476		
	Total	422.808	129			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X₃, X₁, X₂

c. Uji Koefisienan Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.749 ^a	.560	.550	1.21472

a. Predictors: (Constant), X₃, X₁, X₂

Lampiran 8 Tabel r

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
5	0.878	0.959	38	0.320	0.413
6	0.811	0.917	39	0.316	0.408
7	0.754	0.874	40	0.312	0.403
8	0.707	0.834	41	0.308	0.398
9	0.666	0.798	42	0.304	0.393
10	0.632	0.765	43	0.301	0.389
11	0.602	0.735	44	0.297	0.384
12	0.576	0.708	45	0.294	0.380
13	0.553	0.684	46	0.291	0.376
14	0.532	0.661	47	0.288	0.372
15	0.514	0.641	48	0.284	0.368
16	0.497	0.623	49	0.281	0.364
17	0.482	0.606	50	0.279	0.361
18	0.468	0.590	55	0.266	0.345
19	0.456	0.575	60	0.254	0.330
20	0.444	0.561	65	0.244	0.317
21	0.433	0.549	70	0.235	0.306
22	0.432	0.537	75	0.227	0.296
23	0.413	0.526	80	0.220	0.286
24	0.404	0.515	85	0.213	0.278
25	0.396	0.505	90	0.207	0.267
26	0.388	0.496	95	0.202	0.263
27	0.381	0.487	100	0.195	0.256
28	0.374	0.478	110	0.186	0.243
29	0.367	0.470	120	0.178	0.232
30	0.361	0.463	130	0.171	0.224
31	0.355	0.456	140	0.165	0.216
32	0.349	0.449	150	0.159	0.208
33	0.344	0.442	160	0.154	0.201
34	0.339	0.436	170	0.150	0.196
35	0.334	0.430	180	0.146	0.190
36	0.329	0.424	190	0.142	0.186
37	0.325	0.418	200	0.138	0.180