

Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Kesan Pelanggan (Studi Pada Dealer Suzuki Warujayeng Kab. Nganjuk).

 Oleh: Zaenal Arifin (01610342)

management

Dibuat: 2007-04-16 , dengan 3 file(s).

Keywords: Pelayanan Purna Jual terhadap Kesan Konsumen

ABSTRAKSI

Penelitian ini merupakan studi kasus pada Dealer Suzuki Warujayeng Kabupaten Nganjuk dengan judul “ Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap kesan pelanggan (studi pada dealer Suzuki Warujayeng Kabupaten Nganjuk)”

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah terdiri dari kesan pelanggan sebagai variabel terikat dan pelayanan purna jual sebagai variabel bebas. Data yang digunakan adalah dari kuisioner yang disebarkan kepada konsumen dealer Suzuki Warujayeng yang sedang melakukan service pada bengkel Dealer Suzuki Warujayeng.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pelayanan purna jual mempunyai pengaruh terhadap kesan pelanggan. Selain itu juga untuk mengetahui variabel purna jual yang terdiri dari Penyerahan, Jasa konsultasi, Jaminan, Perbaikan, dan Garansi yang paling berpengaruh terhadap kesan pelanggan dealer Suzuki Warujayeng.

Dalam penelitian ini, penulis mengambil dua hipotesis yaitu di duga bahwa pelayanan purna jual berpengaruh terhadap kesan pelanggan Dealer Suzuki Warujayeng dan diduga jaminan berpengaruh dominan terhadap kesan pelanggan Dealer Suzuki Warujayeng

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi linier berganda. Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat baik secara simultan maupun parsial digunakan uji F dan uji T. tolak ukur yang digunakan uji F maupun uji T adalah jika F hitung maupun T hitung lebih besar dari nilai F tabel maupun T tabel maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Berdasarkan analisis regresi linier berganda, diperoleh koefisien untuk variabel-variabel pelayanan purna jual yang meliputi Penyerahan sebesar 3,4%, Jasa konsultasi 2,3%, Jaminan 2.9%, Perbaikan 6,7%, Dan Garansi sebesar 6,9% secara bersama-sama mempengaruhi terhadap kesan pelanggan dealer Suzuki Warujayeng. Persamaan regresinya adalah:

$$Y = 1,001 + 0,034X_1 + 0,023X_2 + 0,029X_3 + 0,067X_4 + 0,069X_5 + e$$

Hasil perhitungan diperoleh F hitung sebesar 56,905 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 2,311. T hitung X_1 diperoleh sebesar 3,521 lebih besar dari T tabel sebesar 1,986, T hitung X_2 diperoleh sebesar 3,156 lebih besar dari T tabel sebesar 1,986, X_3 diperoleh sebesar 2,949 lebih besar dari T tabel sebesar 1,986, X_4 diperoleh sebesar 5,161 lebih besar dari T tabel sebesar 1,986, X_5 diperoleh sebesar 5,203 lebih besar dari T tabel sebesar 1,986.

Berdasarkan nilai koefisien regresi berganda dapat dilihat bahwa variabel garansi mempunyai pengaruh yang dominan terhadap variabel terikat yaitu kesan pelanggan, hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi yang terbesar yaitu 6,9% dibanding dengan variabel bebas lainnya. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa variabel jaminan berpengaruh dominan ditolak.

Berdasarkan kesimpulan diatas maka penulis memberi saran pada dealer suzuki Warujayeng

perlunya peningkatan kualitas pelayanan purna jual, hal ini dikarenakan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kesan pelanggan. Diharapkan dengan adanya kualitas pelayanan yang kian meningkat maka kesan pelanggan akan produk yang dijual oleh Dealer Suzuki Warujayeng Nganjuk akan lebih baik.

Peningkatan perlu kiranya pada sektor jasa konsultasi dimana pada pembahasan jasa konsultasi adalah variabel yang pengaruhnya paling kecil dengan perolehan nilai tHitung paling kecil didukung dengan nilai koefisien regresi juga paling kecil, sehingga sumbangsih terhadap kesan pelanggan juga paling kecil. Perusahaan / Dealer Suzuki Warujayeng Nganjuk lebih meningkatkan informasi mengenai sepeda motor, penjelasan terhadap perbaikan dan perawatan serta pemeliharaan.

Keywords: After Sales of Consumer Impressions

ABSTRACT

Penelitian is a case study on the Suzuki Dealer Warujayeng Nganjuk titled "The Effect of After-Sales Service impression on the customer (the study of Suzuki dealers Warujayeng Nganjuk)"

The variables used in this study is comprised of customer impression as dependent variable and after sales services as independent variables. The data used are from questionnaires distributed to consumers Warujayeng Suzuki dealers who are doing service on the garage Warujayeng Suzuki Dealer.

The purpose of this study was to determine whether after-sales service have an influence on customer impression. It is also to know the sales variable consisting of delivery, consulting services, warranty, repair, and warranty of the most influence on customer impression Warujayeng Suzuki dealer.

In this study, the authors take two hypotheses is in suspect that after-sales service affects customer impression Warujayeng Suzuki Dealer and guarantee allegedly dominant influence on customer impression Warujayeng Suzuki Dealer

The analytical tool used in this study were multiple linear regression. To determine the influence of independent variables on the dependent variable, both simultaneously and used partial F test and the test T. benchmarks used the F test and T test is if the F count and T count is greater than the value of F table and table T received the H_a and H_o rejected

Based on multiple linear regression analysis, obtained coefficients for the variables after sales service that includes delivery of 3.4%, 2.3% consultancy fees, Warranty 2.9%, 6.7% Repair, And Warranty collectively by 6.9% both affects on customer impression Warujayeng Suzuki dealer. Regression equation is:

$$Y = 1.001 + 0.034 X_1 + 0.023 X_2 + 0.029 X_3 + 0.067 X_4 + .069 X_5 + e$$

The calculation result obtained at 56.905 F count is higher than the F table value 2.311. T count is obtained at 3.521 X_1 is greater than table value 1.986 T, T is obtained by calculating X_2 3.156 greater than the T table value 1.986, obtained equal to 2.949 X_3 is larger than T table value 1.986, X_4 obtained at 5.161 T is greater than table value 1.986, X_5 obtained at 5.203 T is greater than table value 1.986.

Based on the regression coefficients can be seen that the warranty variables have a dominant influence on the dependent variable that is the impression the customer, this is indicated by the largest regression coefficient value of 6.9% compared with other independent variables. Thus the second hypothesis states that guarantee the variable dominant influence declined.

Based on the above conclusions, the authors give advice on Warujayeng suzuki dealers need to increase the quality of after sales service, this is because there is a significant effect on customer impression. Expected by the increasing quality of service the customer will then suggest the products sold by the Dealer Suzuki Warujayeng Nganjuk will be better.

The increase is necessary in the consulting services sector where the discussion of consulting services is a variable whose influence is the smallest with the smallest acquisition count supported by the regression coefficient value is also the smallest, thus contributing to the impression the customer is also the smallest. Company / Dealer Suzuki Warujayeng Nganjuk further improve the information about the motorbike, an explanation for the maintenance and repair and maintenance.