

BAB IV

PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA PENELITIAN

4.1 Paparan Data

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Samsung merupakan perusahaan pembuat perangkat elektronika terbesar di dunia, dan berkantor pusat di Seocho Samsung Town di Seoul, Korea Selatan. Perusahaan ini adalah perusahaan Korea Selatan yang terbesar dan merupakan ikon dari Samsung Group, yang merupakan konglomerasi terbesar di Korea Selatan.

Samsung memulai sejarahnya pada tahun 1938 awalnya sebagai perusahaan trading, mengirimkan ikan kering dan buah-buahan ke Manchuria yang dikuasai Jepang. Pendirinya, Lee Byung-Chul. Lee Byung-Chul adalah anak dari keluarga tuan tanah kaya yang menggunakan warisan untuk membuka pabrik beras untuk usaha pertamanya. Usaha yang tidak terutama sukses jadi ia mendirikan bisnis angkutan truk di Daegu pada tanggal 1 Maret 1938, yang bernama Cheil, pendahulu untuk Samsung. Lee Byung-Chul berkunjung secara rutin ke Tokyo untuk mempelajari taktik manajemen Jepang, dan dia menghabiskan 80% waktunya untuk merekrut orang dan mengembangkan orang-orang yang berpotensi. Setelah PD II dan Perang Korea, Samsung mendapatkan keuntungan

dari program pembangunan kembali Korea dari pemerintah, dan di bawah kepemimpinan Lee, Samsung segera melebarkan usaha ke bidang pembuatan kapal, petrokimia dan pesawat terbang. Samsung memiliki lusinan bisnis berbeda seperti, semikonduktor (disini Samsung melakukan investasi besar-besaran khususnya *chip-chip memory*, yang penting untuk kebanyakan alat elektronik), layanan keuangan, jam, bahkan sebuah tim bisbol. Samsung elektronik merupakan divisi yang paling besar. Tahun 1987 Lee Byung-Chul meninggal, dan perusahaan Samsung jatuh ketangan putranya Lee Kun-Hee. Lee Kun-Hee saat ini merupakan orang terkaya di Korea, dengan aset sekitar 3,4 miliar US\$ Di tangan Lee Kun-Hee Samsung menjadi salah satu penyumbang ekspor terbesar korea yang menyumbang 20 persen ekspor Korea. Lee Kun-Hee berencana mewariskan perusahaan Samsung pada putranya Lee Jae Yong.

Pertama kali Samsung mengeluarkan *handphone*, baru pada dekade 90'an, Samsung Group mengeluarkan *mobile phone*, berawal mengikuti perkembangan jaman, Samsung Group mengeluarkan Produk *mobile phone (handphone)* yang ternyata lumayan menarik pasar dunia. Hingga pada Tahun 1993 Samsung mengembangkan ponsel ringan SCH-800 GSM, serta tersedia jaringan CDMA. Di tahun - tahun berikutnya, Samsung Group mengembangkan kembali ponsel pintar dan gabungan Mp3 Player yaitu menjelang abad ke- 20. Untuk saat ini, Samsung didedikasikan untuk Industri 3G, membuat

video, kamera, serta desain minimalis sesuai permintaan Pasar. Meski mengalami pertumbuhan yang lumayan meyakinkan, tapi *mobile phone* samsung masih kalah dari pesaing nomor satu merek Nokia.

Perkembangan *handphone* Samsung pada saat ini yang berkembang pesat adalah Samsung android. Samsung saat ini dikenal sebagai produsen *handphone* Android terbesar di dunia. Bahkan popularitas *handphone* Samsung pun mengalahkan Apple iPhone. Namun, perjalanan Samsung untuk menjadi produsen *smartphone* terbesar di dunia cukup lama.

Awal kesuksesan Samsung di dunia *smartphone* dimulai pada bulan 27 April 2009. Saat itu, Samsung meluncurkan *handphone* android pertamanya, yakni Samsung i7500. *Handphone* ini menawarkan layar sentuh AMOLED berukuran 3.2 inci. OS yang digunakan pada *handphone* ini adalah OS Android Cupcake 1.5. Selanjutnya, keberhasilan Samsung dalam *platform* Android dimulai dengan peluncuran Samsung Galaxy S. *Handphone* ini diluncurkan oleh Samsung pada Maret 2010. Dan, tingkat penjualan *handphone* ini cukup tinggi. Pada Januari 2011, Samsung berhasil menjual *handphone* ini sebanyak 10 juta unit. Keberhasilan tersebut pun merembet pada suksesor dari Galaxy S. Di antaranya adalah Samsung Galaxy S II dan Samsung Galaxy S III. Tak hanya itu, beberapa *handphone* Galaxy lainnya pun memperoleh sambutan

tinggi di pasaran. Di antaranya adalah Samsung Galaxy Mini, Samsung Galaxy Young serta Samsung Galaxy Note. Sebenarnya, Samsung mengembangkan sebuah sistem operasi sendiri yang disebutnya sebagai OS Bada. Penamaan OS tersebut pun diambil oleh Samsung dari bahasa Korea yang memiliki arti lautan.

Pada April 2010, Samsung meluncurkan *handphone* pintar berbasis OS Bada pertamanya, yakni Samsung Wave S8500. *Handphone* ini menggunakan prosesor single core 1GHz dengan GPU Power VR SGX 540. Pada bagian layar, *handphone* ini dilengkapi dengan layar Super AMOLED berukuran 3.3 inci serta kemampuan untuk merekam video HD 720p. *Handphone* inipun mampu terjual sebanyak 1 juta unit dalam empat minggu pertamanya. Namun, seiring dengan tingkat penjualan yang kurang baik, Samsung akhirnya mengumumkan bahwa mereka tidak akan melanjutkan pengembangan OS Bada. Mereka pun beralih untuk mengembangkan *handphone* dengan OS Tizen yang menurut rencana akan diluncurkan pada tahun 2013. Selain itu, Samsung juga memiliki *handphone* pintar lainnya yang menggunakan OS *Windows Phone 7*. Dan *handphone Windows Phone* pertama yang diluncurkan oleh Samsung adalah Samsung Omnia 7. Namun tingkat penjualan *handphone* ini masih belum bisa menyaingi tingkat penjualan Samsung Galaxy.

HP Samsung Android banyak dicari pembeli karena banyak faktor, diantaranya spesifikasi dan fitur setiap handphone samsung selalu *update* terbaru untuk generasi teknologi multimedia yang digunakan dan harga hp Samsung android disesuaikan dengan teknologi terbaru yang menyertainya. Desain HP Samsung selalu elegan dan terlihat mewah bila dilihat secara cermat dilengkapi teknologi terbaru baik sistem operasi dan juga spesifikasi maupun fitur-fitur yang lengkap diberikan mengikuti perkembangan teknologi *gadget*. Samsung memang selalu *up to date* di bidang teknologi modern yang setiap pengguna gadget baik handphone maupun smartphone dan teknologi elektronik buatan Samsung lainnya akan merasa sangat puas.

4.1.2. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa putri Fakultas Ekonomi angkatan 2013 yang bertempat di Mabna Putri Ma'had Sunan Ampel Al-Ali Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Jalan Gajayana 50 Malang, yang diketahui populasi pengguna *handphone* Samsung berjumlah 122, karena sebelum penelitian melakukan sensus populasi awal penelitian terlebih dahulu dengan menyebarkan kuesioner terhadap responden untuk diketahui berapa jumlah pengguna *handphone* Android merek Samsung, namun karena adanya keterbatasan waktu, biaya dan tenaga peneliti

mengambil sampel dengan menggunakan rumus Slovin yang hasilnya didapatkan 55 responden. Dari hasil kuesioner tersebut dapat ditarik gambaran mengenai identitas responden yang diteliti. Adapun identitas responden yang diteliti memiliki beberapa karakteristik seperti tabel berikut:

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Pengguna *Handphone* Samsung
Android Berdasarkan Jurusan

No	Jurusan	Jumlah Pengguna	Persentase
1	Manajemen	14 Orang	25.5%
2	Akuntansi	18 Orang	32.7%
3	D3 Perbankan S	11 Orang	20.0%
4	S1 Perbankan S	12 Orang	21.8%
Jumlah		55 Orang	100.0%

Sumber: data diolah

Dari tabel 4.1 diketahui bahwa dari responden sebanyak 55, jurusan yang paling sedikit jadi responden adalah D3 Perbankan Syariah sebanyak 11 (20.0%) responden, jurusan manajemen sebanyak 14 (25.5%) responden, jurusan akuntansi sebanyak 18 (32.7%) responden, dan sisanya sebanyak 12 (21.8%) responden dari jurusan S1 Perbankan Syariah. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden adalah jurusan akuntansi dan manajemen sebanyak 32 responden dengan prosentase 58.2%.

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Pengguna *Handphone* Samsung
Android Berdasarkan Mabna

No	Mabna	Jumlah Pengguna	Persentase
1	Faza	13 Orang	23.6%
2	USA	19 Orang	34.5%
3	ABA	13 Orang	23.6%
4	KD	10 Orang	18.2%
Jumlah		55 Orang	100.0%

Sumber: data diolah

Dari tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden yang bertempat di mabna Faza berjumlah 13 (23.6%) responden, mabna USA sebanyak 19 (34.5%) responden, mabna ABA sebanyak 13 (23.6%) responden, dan sisanya sebanyak 10 (18.2%) responden dari mabna KD. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak bertempat di mabna USA yaitu 19 (34.5%) responden.

Tabel 4.3
Deskripsi Responden Pengguna *Handphone* Samsung
Android Berdasarkan Type

No	Type Handphone	Jumlah Pengguna	Persentase
1	Galaxy Young	10 Unit	18.2%
2	Galaxy Chatt	12 Unit	21.8%
3	Galaxy Mini	6 Unit	10.9%
4	Galaxy Star	11 Unit	20.0%
5	Lainnya	16 Unit	29.0%
Jumlah		55 Unit	100.0%

Sumber: data diolah

Dari tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dari jumlah responden sebanyak 55 responden, 16 (29.0%) responden yang menggunakan *handphone* android merek Samsung bertipe selain yang disebut di atas adalah paling banyak, 10 (18.2%) responden menggunakan *handphone* Galaxy Young, 12 (21.8%) responden menggunakan *hendphone* Galaxy Chatt, 6 (10,9%) responden menggunakan Galaxy Mini, dan sisanya sebanyak 11 (20.0%) responden menggunakan *handphone* Galaxy Star.

4.1.3. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian bertujuan untuk mendiskripsikan variabel-variabel penelitian melalui interpretasi distribusi frekuensi jawaban responden secara keseluruhan, baik dalam jumlah responden (orang), maupun dalam angka persentase terhadap item-item variabel penelitian.

Adapun variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Harga (X₁)

Variabel harga terdiri dari tiga item, yakni sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 4.4
Distribusi Frekuensi Item Variabel Harga (X1)

Harga (X1)	STS	TS	KS	S	SS	Total	
						F	%
Harga sesuai Kualitas handphone	-	-	14	29	12	55	100
Harga terjangkau	-	-	7	23	25	55	100
Harga bersaing dengan handphone lain	-	4	9	24	18	55	100

Sumber: data diolah

Tabel 4.4 menyajikan jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan yang disusun dalam angket berkaitan dengan harga *handphone* android Samsung. Dari tabel dapat dilihat bahwa mayoritas responden yaitu sebesar 41 responden setuju dengan pernyataan yang menyatakan bahwa *handphone* android merek Samsung merupakan *handphone* yang menawarkan harga produk sesuai dengan kualitas yang ada pada *handphone*. Harga *handphone* terjangkau, yang merupakan pernyataan nomor 2 juga disetujui mayoritas responden, yaitu sebesar 48 responden. Begitu juga halnya dengan butir pernyataan nomor 3, mayoritas responden memilih setuju sebesar 42 setuju dan sisanya memilih kurang setuju 9 responden dan tidak setuju sebesar 7 responden. Kesimpulan yang dapat diambil dari tabel di atas adalah bahwa dari segi harga, *handphone* android merek samsung diapresiasi positif oleh para responden.

2. Ketersediaan produk (X2)

Variabel ketersediaan produk terdiri dari dua item, yakni sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi Item Variabel Ketersediaan Produk (X2)

Ketersediaan Produk (X2)	STS	TS	KS	S	SS	Total	
						F	%
Tersedia di berbagai tempat	-	-	8	32	15	55	100
Mudah dijumpai	-	-	5	34	16	55	100

Sumber: data diolah

Tabel 4.5 menyajikan deskripsi variabel ketersediaan produk dari *handphone* android merek Samsung. Dari 55 responden, 47 diantaranya menyatakan setuju bahwa *handphone* android merek Samsung tersedia di berbagai tempat penjualan *handphone*. Sementara sisanya 8 responden menyatakan kurang setuju. Pada butir pernyataan nomor 2, yaitu bahwa *handphone* android merek Samsung mudah dijumpai/didapatkan, sebanyak 50 responden menyatakan setuju dan sangat setuju, sementara sisanya 5 responden menyatakan kurang setuju.

Ini menunjukkan bahwa dari segi ketersediaan produk, *handphone* android merek Samsung mendapatkan apresiasi positif dari pelanggan. Dan *handphone* android merek Samsung merupakan *handphone* yang mudah didapatkan dibandingkan dengan *handphone* lain, karena ketersediaan produknya yang selalu tersedia.

3. Merek (X3)

Variabel merek terdiri dari tiga item, yakni sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi Item Variabel Merek (X3)

Merek (X3)	STS	TS	KS	S	SS	Total	
						F	%
Mudah diingat	-	-	9	34	12	55	100
Mudah diucapkan	-	-	8	29	18	55	100
Terkenal	-	-	5	35	15	55	100

Sumber: data diolah

Sementara itu, tabel 4.6 yang menyajikan deskripsi variabel merek produk menunjukkan bahwa mayoritas responden juga mengapresiasi positif terhadap merek produk *handphone* android Samsung dilihat dari kemudahan merek untuk diingat, diucapkan, dan merek yang terkenal. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya responden yang memilih setuju dan sangat setuju dibandingkan yang memilih kurang setuju.

4. Harga jual kembali (X4)

Variabel harga jual kembali terdiri dari dua item, yakni sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Item Variabel Harga Jual Kembali (X4)

Harga jual kembali (X4)	STS	TS	KS	S	SS	Total	
						F	%
Harga jual kembali handphone second tidak turun banyak	-	9	14	19	13	55	100
Banyak peminat	2	11	16	21	5	55	100

Sumber: data diolah

Pada item (X4.1) yaitu harga jual kembali *handphone second* tidak turun banyak, dari 55 responden sebanyak 32 responden menjawab setuju dan sangat setuju, 14 responden menjawab kurang setuju, sedangkan 9 responden menjawab tidak setuju. Berdasarkan dari data tersebut, dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan pernyataan bahwa harga jual kembali *handphone second* tidak turun banyak.

Pada item (X4.2) yaitu banyak yang menginginkan *handphone* samsung meskipun second, dari 55 responden sebanyak 26 responden menjawab setuju dan sangat setuju, 16 responden menjawab kurang setuju, sedangkan 13 responden menjawab tidak setuju. Berdasarkan dari data tersebut, dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menjawab tidak setuju setuju dengan pernyataan bahwa *handphone* Samsung jika dijual kembali masih banyak yang menginginkannya.

5. Ketersediaan suku cadang (X5)

Variabel ketersediaan suku cadang terdiri dari dua item, yakni sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 4.8
Distribusi Frekuensi Item Variabel Ketersediaan Suku Cadang (X5)

Ketersediaan suku cadang (X5)	STS	TS	KS	S	SS	Total	
						F	%
Adanya tempat service	-	-	9	34	12	55	100
Suku cadang mudah didapatkan	-	-	6	31	18	55	100

Sumber: data diolah

Tabel 4.8 menyajikan deskripsi variabel ketersediaan suku cadang dari *handphone* android merek Samsung. Dari 55 responden, 46 diantaranya menyatakan setuju bahwa tempat *service handphone* android merek Samsung tersedia di berbagai tempat. Sementara sisanya 9 responden menyatakan kurang setuju. Pada butir pernyataan nomor 2, yaitu bahwa suku cadang *handphone* android merek Samsung mudah dijumpai/didapatkan, sebanyak 49 responden menyatakan setuju dan sangat setuju, sementara sisanya 6 responden menyatakan kurang setuju.

Ini menunjukkan bahwa dari segi ketersediaan suku cadang, *handphone* android merek Samsung mendapatkan apresiasi positif dari pelanggan. Dan *handphone* android merek Samsung merupakan *handphone* yang suku cadangnya mudah didapatkan, karena suku cadangnya yang selalu tersedia.

6. Layanan setelah penjualan (X6)

Variabel layanan setelah penjualan terdiri dari tiga item, yakni sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 4.9
Distribusi Frekuensi Item Variabel Layanan Setelah Penjualan (X6)

Layanan setelah penjualan (X6)	STS	TS	KS	S	SS	Total	
						F	%
Adanya garansi	2	4	17	16	16	55	100
Jaminan ganti rugi atas kerusakan	2	2	11	15	25	55	100
Penanganan keluhan cepat & memuaskan	2	2	4	16	31	55	100

Sumber: data diolah

Dari segi layanan yang diberikan setelah penjualan, *handphone* android merek Samsung juga diapresiasi positif oleh sebagian responden. Sebanyak 32 responden memilih setuju dan setuju sekali dengan pernyataan bahwa adanya garansi perbaikan selama 1 tahun setelah setiap pembelian *handphone* Samsung baru. 17 responden menjawab kurang setuju. Sementara 6 responden lainnya memilih tidak setuju. Keadaan semacam ini juga terjadi pada butir pertanyaan ke 2 sampai 3. Mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap butir pertanyaan tentang pelayanan yang diajukan dalam angket. Ini artinya Samsung bisa dikatakan telah berhasil memberikan pelayanan yang baik, meski tidak 100% responden berpendapat demikian.

7. Kinerja (Y1)

Variabel kinerja terdiri dari tiga item, yakni sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 4.10
Distribusi Frekuensi Item Variabel Kinerja (Y1)

Kinerja (Y1)	STS	TS	KS	S	SS	Total	
						F	%
Aplikasi yang tersedia lengkap		6	23	22	4	55	100
Memberi manfaat bagi pengguna handphone	1	8	27	17	2	55	100
Sistem operasi menggunakan Android		11	23	19	2	55	100

Sumber: data diolah

Dari tabel 4.10 menyajikan deskripsi variabel kinerja dari handphone android merek Samsung. Dari 55 responden, 26 diantaranya menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa aplikasi yang tersedia pada *handphone* android merek Samsung dapat memberikan manfaat bagi penggunanya. Sementara 23 responden menyatakan kurang setuju, dan sisanya sebesar 6 responden menyatakan tidak setuju.

Pada butir pernyataan nomor 2, yaitu bahwa aplikasi pada *handphone* android merek Samsung dapat memberikan manfaat bagi penggunanya, sebanyak 19 responden menyatakan setuju, 27 responden menyatakan kurang setuju, sementara sisanya sebanyak 9 responden menyatakan tidak setuju.

Pada butir pernyataan nomor 3, yaitu bahwa sistem operasi handphone android merek Samsung dengan menggunakan sistem android (OS), sebanyak 21 responden menyatakan setuju dan sangat setuju, 23 responden diantaranya menyatakan kurang setuju, sementara sisanya sebanyak 11 responden menyatakan tidak setuju.

Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden tidak mengapresiasi positif terhadap kinerja produk handphone android Samsung, ini dapat dilihat dari banyaknya responden yang memilih kurang setuju dan tidak setuju dibandingkan yang memilih setuju.

8. Ciri-ciri/Keistimewaan Tambahan (Y2)

Variabel ciri-ciri/keistimewaan tambahan terdiri dari tiga item, yakni sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 4.11
Distribusi Frekuensi Item Variabel Ciri-ciri/Keistimewaan Tambahan (Y2)

Ciri-ciri/Keistimewaan Tambahan (Y2)	STS	TS	KS	S	SS	Total	
						F	%
Fitur handphone lengkap	1	5	10	23	16	55	100
Bentuk/desain handphone elegan	1	6	14	21	13	55	100
Model & jenis handphone menarik	-	10	17	18	10	55	100

Sumber: data diolah

Tabel 4.11 menyajikan deskripsi variabel ciri-ciri/keistimewaan tambahan dari *handphone* android merek Samsung. Dari 55 responden, 39 diantaranya menyatakan setuju bahwa fitur *handphone* android merek Samsung lengkap. Sebanyak 10 responden menyatakan kurang setuju, Sementara sisanya 6 responden menyatakan tidak setuju.

Pada butir pernyataan nomor 2, yaitu bahwa bentuk/desain *handphone* elegan, sebanyak 34 responden menyatakan setuju dan sangat setuju, dan sebanyak 14 responden menyatakan kurang setuju, sementara sisanya 7 responden menyatakan tidak setuju.

Pada butir pernyataan nomor 3, yaitu bahwa model & jenis *handphone* menarik, sebanyak 28 responden menyatakan setuju dan sangat setuju, dan sebanyak 17 responden menyatakan kurang setuju, sementara sisanya 10 responden menyatakan tidak setuju.

9. Keandalan (Y3)

Variabel keandalan terdiri dari tiga item, yakni sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 4.12
Distribusi Frekuensi Item Variabel Keandalan (Y3)

Keandalan (Y3)	STS	TS	KS	S	SS	Total	
						F	%
Tidak mudah rusak	1	7	19	20	8	55	100
Daya tahan <i>handphone</i>	-	7	13	16	19	55	100
Daya tahan baterai lama	3	1	15	21	15	55	100

Sumber: data diolah

Dari segi keandalan yang ada pada *handphone* android merek Samsung diapresiasi positif oleh sebagian responden. Sebanyak 36 dan 27 responden memilih setuju dan setuju sekali dengan pernyataan bahwa *handphone* android merek Samsung Tidak mudah rusak dan daya tahan *handphone* lama (awet). 32 responden menjawab kurang setuju. Sementara 15 responden lainnya memilih tidak setuju.

Keadaan semacam ini juga terjadi pada butir pertanyaan ke 3. Mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap butir pernyataan tentang keandalan yang diajukan dalam angket. Ini artinya Samsung bisa dikatakan telah berhasil dalam

menciptakan produk yang berkualitas bagus, meski tidak 100% responden berpendapat demikian.

10. Kesesuaian dengan Spesifikasi (Y4)

Variabel kesesuaian dengan spesifikasi terdiri dari tiga item, yakni sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 4.13
Distribusi Frekuensi Item Variabel Kesesuaian dengan Spesifikasi (Y4)

Kesesuaian dengan Spesifikasi (Y4)	STS	TS	KS	S	SS	Total	
						F	%
Kualitas handphone bagus		4	24	22	5	55	100
Aplikasi sesuai kebutuhan	3	3	22	20	7	55	100
Sistem operasi mobile yang dikembangkan oleh Google	1	3	23	22	6	55	100

Sumber: data diolah

Dari tabel 4.13 menyajikan deskripsi variabel spesifikasi dari *handphone* android merek Samsung. Dari 55 responden, 27 diantaranya menyatakan setuju bahwa Kualitas *handphone* bagus. Sebanyak 24 responden menyatakan kurang setuju, Sementara sisanya 4 responden menyatakan tidak setuju.

Pada butir pernyataan nomor 2, yaitu bahwa Aplikasi sesuai kebutuhan, sebanyak 27 responden menyatakan setuju dan sangat setuju, dan sebanyak 22 responden menyatakan kurang setuju, sementara sisanya 6 responden menyatakan tidak setuju.

Pada butir pernyataan nomor 3, yaitu bahwa Sistem operasi mobile yang dikembangkan oleh Google, sebanyak 28 responden

menyatakan setuju dan sangat setuju, dan sebanyak 23 responden menyatakan kurang setuju, sementara sisanya 4 responden menyatakan tidak setuju.

11. Layanan (Y5)

Variabel layanan terdiri dari empat item, yakni sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 4.14
Distribusi Frekuensi Item Variabel Layanan (Y5)

Layanan (Y5)	STS	TS	KS	S	SS	Total	
						F	%
Cepat pelayanannya			8	32	15	55	100
Karyawan menguasai dalam menjelaskan spesifikasi setiap barang			5	34	16	55	100
Kualitas pelayanan bagus			9	34	12	55	100
Sikap ramah karyawannya			6	31	18	55	100

Sumber: data diolah

Dari segi layanan yang diberikan oleh karyawan Samsung juga diapresiasi positif oleh mayoritas responden. Sebanyak 32 dan 15 responden memilih setuju dan setuju sekali dengan pernyataan bahwa karyawan Samsung cepat dalam melayani setiap pelanggan yang datang, sementara 8 responden menjawab kurang setuju.

Keadaan semacam ini juga terjadi pada butir pertanyaan ke 2 sampai 4. Mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap butir pertanyaan tentang layanan yang diajukan dalam angket. Ini artinya Samsung bisa dikatakan telah berhasil

memberikan pelayanan yang baik, meski tidak 100% responden berpendapat demikian.

12. Kualitas yang Dipersepsikan (Y6)

Variabel kualitas yang dipersepsikan terdiri dari dua item, yakni sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 4.15
Distribusi Frekuensi Item Variabel Kualitas yang Dipersepsikan (Y6)

Kualitas yang Dipersepsikan (Y6)	STS	TS	KS	S	SS	Total	
						F	%
Kebanggaan menjadi pengguna handphone Samsung	1	5	9	22	18	55	100
Reputasi perusahaan Samsung bagus		3	6	27	19	55	100

Sumber: data diolah

Pada item (Y6.1) yaitu kebanggaan menjadi pengguna handphone android merek samsung, dari 55 responden sebanyak 40 responden menjawab setuju dan sangat setuju, 9 responden menjawab kurang setuju, sedangkan 6 responden menjawab tidak setuju. Berdasarkan dari data tersebut, dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dengan pernyataan bahwa kebanggaan menjadi pengguna handphone android merek Samsung.

Pada item (Y6.2) yaitu reputasi perusahaan Samsung bagus, dari 55 responden sebanyak 46 responden menjawab setuju dan sangat setuju, 6 responden menjawab kurang setuju, sedangkan 3

responden menjawab tidak setuju. Berdasarkan dari data tersebut, dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menjawab tidak setuju setuju dengan pernyataan bahwa reputasi perusahaan Samsung bagus. Kualitas yang dipersepsikan disini berkaitan dengan gaya, yang menggambarkan penampilan dan perasaan yang timbul oleh produk itu bagi pembeli. Hal ini juga sesuai pendapat (Gitosudarmo, 1995) yang menyatakan bahwa nama baik perusahaan termasuk atribut produk yang tidak berwujud.

4.2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.2.1. Uji Validitas

Pengujian validitas sangat diperlukan dalam suatu penelitian, khususnya yang menggunakan kuesioner dalam data pengujian validitas dimaksudkan untuk mengetahui keabsahan menyangkut pemahaman mengenai keabsahan antara konsep dengan kenyataan empiris.

Menurut Sani & Mashuri (2010:249) menyebutkan bahwa validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Sebuah instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur yang diinginkan oleh peneliti, serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Cara pengujian validitas dengan menghitung korelasi antar skor masing-

masing pertanyaan dan skor total dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*. Sugiyono (2005:233), sebuah data dapat dikatakan valid, apabila validitas tersebut harus ≤ 0.05 , maka data tersebut dapat dikatakan valid.

Penghitungan uji validitas dalam penelitian ini dengan menggunakan komputer program SPSS 16.0. Valid tidaknya suatu instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *product moment* dengan level signifikansi 5%. Adapun uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Item	Sig	Keterangan
X1	X1.1	0,000	Valid
	X1.2	0,000	Valid
	X1.3	0,000	Valid
X2	X2.1	0,000	Valid
	X2.2	0,000	Valid
X3	X3.1	0,000	Valid
	X3.2	0,000	Valid
	X3.3	0,000	Valid
X4	X4.1	0,000	Valid
	X4.2	0,000	Valid
X5	X5.1	0,000	Valid
	X5.2	0,000	Valid
X6	X6.1	0,000	Valid
	X6.2	0,000	Valid
	X6.3	0,000	Valid

Sumber: data diolah

Variabel	Item	Sig	Keterangan
Y1	Y1.1	0,000	Valid
	Y1.2	0,000	Valid
	Y1.3	0,000	Valid
Y2	Y2.1	0,000	Valid
	Y2.2	0,000	Valid
	Y2.3	0,000	Valid
Y3	Y3.1	0,000	Valid
	Y3.2	0,000	Valid
	Y3.3	0,000	Valid
Y4	Y4.1	0,000	Valid
	Y4.2	0,000	Valid
	Y4.3	0,000	Valid
Y5	Y5.1	0,000	Valid
	Y5.2	0,000	Valid
	Y5.3	0,000	Valid
	Y5.4	0,000	Valid
Y6	Y6.1	0,000	Valid
	Y6.2	0,000	Valid

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh item variabel Harga (X1), Ketersediaan Produk (X2), Merek (X3), Harga Jual Kembali (X4), Ketersediaan Suku Cadang (X5), dan Layanan Setelah Penjualan (X6) dan seluruh item variabel Y yang meliputi Kinerja (Y1), Ciri-ciri/keistimewaan tambahan (Y2), Keandalan (Y3), Kesesuaian dengan spesifikasi (Y4), Layanan (Y5), dan Kualitas yang Dipersepsikan (Y6) mempunyai nilai $r \leq 0,05$ (5%). Ini berarti bahwa seluruh item dari masing variabel dinyatakan valid.

4.2.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Menurut Sani & Mashuri (2010:250) “Reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa sesuatu dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach's alpha* (α) ≥ 0.60 maka variabel tersebut dikatakan *reliable*, sebaliknya *cronbach's alpha* (α) ≤ 0.60 maka variabel tersebut dikatakan tidak *reliable*. Adapun nilai perhitungan koefisien *a cronbach's alpha* dipaparkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.17
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Item	Combath Alpha	Keterangan
X1	X1.1	0,630	Reliabel
	X1.2		
	X1.3		
X2	X2.1	0,639	Reliabel
	X2.2		
X3	X3.1	0,749	Reliabel
	X3.2		
	X3.3		
X4	X4.1	0,663	Reliabel
	X4.2		
X5	X5.1	0,775	Reliabel
	X5.2		
X6	X6.1	0,637	Reliabel
	X6.2		
	X6.3		

Sumber: data diolah

Variabel	Item	Combath Alpha	Keterangan
Y1	Y1.1	0,838	Reliabel
	Y1.2		Reliabel
	Y1.3		Reliabel
Y2	Y2.1	0,802	Reliabel
	Y2.2		Reliabel
	Y2.3		Reliabel
Y3	Y3.1	0,717	Reliabel
	Y3.2		Reliabel
	Y3.3		Reliabel
Y4	Y4.1	0,634	Reliabel
	Y4.2		Reliabel
	XY4.3		Reliabel
Y5	Y5.1	0,654	Reliabel
	Y5.2		Reliabel
	Y5.3		Reliabel
	Y5.4		Reliabel
Y6	Y6.1	0,749	Reliabel
	Y6.2		Reliabel

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh item variabel Harga (X1), Ketersediaan Produk (X2), Merek (X3), Harga Jual Kembali (X4), Ketersediaan Suku Cadang (X5), dan Layanan Setelah Penjualan (X6) menunjukkan bahwa nilai koefisien alpha \geq 0,60. Dan seluruh item variabel Y yang meliputi Kinerja (Y1), Ciri-ciri/keistimewaan tambahan (Y2), Keandalan (Y3), Kesesuaian dengan spesifikasi (Y4), Layanan (Y5), dan Kualitas yang Dipersepsikan (Y6) juga menunjukkan bahwa nilai koefisien alpha \geq 0,60. Ini berarti berdasarkan uji reliabelitas bahwa seluruh item pertanyaan dalam kuesioner adalah reliabel atau layak digunakan.

4.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Sebagaimana hipotesis awal dalam penelitian ini adalah:

1. Ada pengaruh Variabel Atribut Produk secara simultan antara Harga (X_1), Ketersediaan Produk (X_2), Merek (X_3), Harga Jual Kembali (X_4), Ketersediaan Suku Cadang (X_5), Layanan Setelah Penjualan (X_6) terhadap kepuasan pelanggan.
2. Ada pengaruh Variabel Atribut Produk secara parsial antara Harga (X_1), Ketersediaan Produk (X_2), Merek (X_3), Harga Jual Kembali (X_4), Ketersediaan Suku Cadang (X_5), Layanan Setelah Penjualan (X_6) terhadap kepuasan pelanggan.
3. Indikator Atribut Produk Ketersediaan Produk (X_2) yang paling berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan.

Untuk menguji hipotesis diatas maka diperlukan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan komputer program SPSS 16.0. Adapaun hasil dari analisis tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.18
Rekapitulasi Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Standardized	Unstandardized	t hitung	Sig	Keterangan
Harga (X1)	-0,175	-0,991	-1,950	0,057	Tidak Signifikan
Ketersediaan produk (X2)	0,213	1,987	1,680	0,100	Tidak Signifikan
Merek (X3)	0,230	1,500	1,930	0,060	Tidak Signifikan
Harga jual kembali (X4)	0,122	0,700	1,272	0,209	Tidak Signifikan
Ketersediaan suku cadang (X5)	0,200	1,748	1,309	0,197	Tidak Signifikan
Layanan stlh penjualan (X6)	0,259	1,057	2,653	0,011	Signifikan
R	= 0,847				
R Square	= 0,717				
Adjusted R Square	= 0,682				
T tabel	= 2,021				
F tabel	= 2,25				
F hitung	= 20,268				
Sig	= 0,000				

Sumber: data diolah

Berdasarkan pada data hasil regresi yang ditunjukkan tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 53,446 + -0,175 X_1 + 0,213 X_2 + 0,230 X_3 + 0,122 X_4 + 0,200 X_5 + 0,259 X_6$$

Interpretasi model regresi pada tabel 4.18 adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian Harga (X₁), dapat diketahui bahwa t hitung sebesar -1,950 sedangkan t tabel sebesar 2,021. t hitung ≤ t tabel sehingga H₀ yang menyatakan bahwa variabel Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima.

2. Dari hasil pengujian Ketersediaan Produk (X_2), dapat diketahui bahwa t hitung sebesar 1,680 sedangkan t tabel sebesar 2,021. t hitung $\leq t$ tabel sehingga H_0 yang menyatakan bahwa variabel ketersediaan produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima.
3. Dari hasil pengujian Merek (X_3), dapat diketahui bahwa t hitung sebesar 1,930 sedangkan t tabel sebesar 2,021. t hitung $\leq t$ tabel sehingga H_0 yang menyatakan bahwa variabel merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima.
4. Dari hasil pengujian Harga Jual Kembali (X_4), dapat diketahui bahwa t hitung sebesar 1,272 sedangkan t tabel sebesar 2,021. t hitung $\leq t$ tabel sehingga H_0 yang menyatakan bahwa variabel harga jual kembali tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima.
5. Dari hasil pengujian Ketersediaan Suku Cadang (X_5), dapat diketahui bahwa t hitung sebesar 1,309 sedangkan t tabel sebesar 2,021. t hitung $\leq t$ tabel sehingga H_0 yang menyatakan bahwa variabel ketersediaan suku cadang tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima.
6. Dari hasil pengujian Layanan Setelah Penjualan (X_6) dapat diketahui bahwa t hitung sebesar 2,653 sedangkan t tabel sebesar 2,021. t hitung $\geq t$ tabel sehingga H_1 yang menyatakan bahwa variabel layanan setelah penjualan berpengaruh terhadap

kepuasan pelanggan diterima. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa jika layanan setelah penjualan yang diberikan semakin bagus maka kepuasan pelanggan semakin tinggi.

4.4 Pengujian hipotesis

4.4.1 Uji Signifikansi Pengaruh Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersamaan (simultan) terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Apabila nilai signifikansi yang didapatkan lebih kecil dari 0,05 (5%) atau $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka secara bersama-sama (simultan) variabel bebas berpengaruh signifikansi terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya.

Tabel 4.19
Hasil Uji Regresi Linier Berganda secara Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3759.178	6	626.530	20.268	.000 ^a
	Residual	1483.804	48	30.913		
	Total	5242.982	54			

a. Predictors: (Constant), X6, X1, X3, X4, X2, X5

b. Dependent Variable: Y0

Sumber: data diolah

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian koefisien model regresi secara simultan disajikan dalam tabel 4.20 dibawah:

Tabel 4.20
Uji Hipotesis Model Regresi Secara Simultan

Hipotesis	Nilai	Keputusan
<p>H0 : (tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel atribut produk yang terdiri dari Harga (X1), Ketersediaan Produk (X2), Merek (X3), Harga Jual Kembali (X4), Ketersediaan Suku Cadang (X5), Layanan Setelah Penjualan (X6) terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Android Merek Samsung).</p> <p>H1 : (terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel atribut produk yang terdiri dari Harga (X1), Ketersediaan Produk (X2), Merek (X3), Harga Jual Kembali (X4), Ketersediaan Suku Cadang (X5), Layanan Setelah Penjualan (X6) terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Android Merek Samsung).</p> <p>$\alpha = 0,05$</p>	<p>F = 20,268</p> <p>Sig = 0,000</p> <p>Ftabel = 2,25</p>	<p>Tolak H0</p> <p>Terima H1</p>

Sumber: data diolah

4.4.2 Uji Signifikansi Pengaruh Secara Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai jika t hitung dengan t tabel. Apabila t hitung \geq t tabel dengan signifikansi dibawah 0,05 (5%), maka secara parsial atau individual variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya (Ghozali, 2009:17).

Tabel 4.21
Hasil Uji Regresi Linier Berganda secara Parsial
(Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	69.540	10.706		6.496	.000			
	X1	-.991	.508	-.175	-1.950	.057	-.364	-.271	-.150
	X2	1.987	1.183	.213	1.680	.100	.711	.236	.129
	X3	1.500	.777	.230	1.930	.060	.621	.268	.148
	X4	.700	.550	.122	1.272	.209	.508	.181	.098
	X5	1.748	1.335	.200	1.309	.197	.747	.186	.100
	X6	1.057	.398	.259	2.653	.011	.571	.358	.204

a. Dependent Variable: Y0

Sumber: data diolah

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian koefisien model regresi secara parsial disajikan dalam tabel dibawah:

1. Pengujian variabel harga (X1)

Berdasarkan tabel dibawah pengujian hipotesis koefisien regresi variabel Harga (X1) dapat dituliskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.22
Uji Hipotesis Model Regresi Variabel Harga (X1)

Hipotesis	Nilai	Keputusan
H ₀ : (Variabel Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Android Merek Samsung).	T = -1,950 Sig = 0,057 T _{tabel} = 2,021	Tolak H ₁ Terima H ₀
H ₁ : (Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Android Merek Samsung).		

Sumber : data diolah

2. Pengujian variabel Ketersediaan Produk (X₂)

Berdasarkan tabel dibawah pengujian hipotesis koefisien regresi variabel Ketersediaan Produk (X₂) dapat dituliskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.23
Uji Hipotesis Model Regresi Variabel Ketersediaan Produk (X₂)

Hipotesis	Nilai	Keputusan
H ₀ : (Variabel ketersediaan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Android Merek Samsung). H ₁ : (Variabel ketersediaan produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Android Merek Samsung).	T = 1,680 Sig = 0,100 T _{tabel} = 2,021	Tolak H ₁ Terima H ₀

Sumber : data diolah

3. Pengujian variabel Merek (X₃)

Berdasarkan tabel dibawah pengujian hipotesis koefisien regresi variabel Merek (X₃) dapat dituliskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.24
Uji Hipotesis Model Regresi Variabel Merek (X₃)

Hipotesis	Nilai	Keputusan
H ₀ : (Variabel Merek tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Android Merek Samsung). H ₁ : (Variabel Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Android Merek Samsung).	T = 1,930 Sig = 0,060 T _{tabel} = 2,021	Tolak H ₁ Terima H ₀

Sumber : data diolah

4. Pengujian variabel Harga Jual Kembali (X₄)

Berdasarkan tabel dibawah pengujian hipotesis koefisien regresi variabel Harga Jual Kembali (X₄) dapat dituliskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.25
Uji Hipotesis Model Regresi Variabel Harga Jual Kembali (X₄)

Hipotesis	Nilai	Keputusan
H ₀ : (Variabel Harga Jual Kembali tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Android Merek Samsung). H ₁ : (Variabel Harga Jual Kembali berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Android Merek Samsung).	T = 1,272 Sig = 0,209 T _{tabel} = 2,021	Tolak H ₁ Terima H ₀

Sumber : data diolah

5. Pengujian variabel Ketersediaan Suku Cadang (X₅)

Berdasarkan tabel dibawah pengujian hipotesis koefisien regresi variabel Ketersediaan Suku Cadang (X₅) dapat dituliskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.26
Uji Hipotesis Model Regresi Variabel Ketersediaan Suku Cadang (X₅)

Hipotesis	Nilai	Keputusan
H ₀ : (Variabel Ketersediaan Suku Cadang tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Android Merek Samsung). H ₁ : (Variabel Ketersediaan Suku Cadang berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Android Merek Samsung).	T = 1,309 Sig = 0,197 T _{tabel} = 2,021	Tolak H ₁ Terima H ₀

Sumber : data diolah

6. Pengujian variabel Layanan Setelah Penjualan (X_6)

Berdasarkan tabel dibawah pengujian hipotesis koefisien regresi variabel Layanan Setelah Penjualan (X_6) dapat dituliskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.27
Uji Hipotesis Model Regresi Variabel Layanan Setelah Penjualan (X_6)

Hipotesis	Nilai	Keputusan
<p>H_0 : (Variabel Layanan Setelah Penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Android Merek Samsung).</p> <p>H_1 : (Variabel Layanan Setelah Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Android Merek Samsung).</p>	<p>$T = 2,653$</p> <p>$Sig = 0,011$</p> <p>$T_{tabel} = 2,021$</p>	<p>Tolak H_0</p> <p>Terima H_1</p>

Sumber : data diolah

Dari tabel 4.21 dapat diketahui bahwa variabel atribut produk yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan adalah indikator layanan setelah penjualan (X_6). Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan yang paling kecil yaitu sebesar 0,011 dibandingkan dengan nilai signifikan variabel lainnya yang tidak berpengaruh.

4.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk melihat seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel yaitu variabel independen (Harga, Ketersediaan Produk, Merek, Harga Jual Kembali, Ketersediaan Suku Cadang, Layanan Setelah Penjualan) dan variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) dapat dilihat dari Koefisien Determinasi.

Tabel 4.29
Hasil Uji Regresi Linier Berganda untuk melihat
Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.847 ^a	.717	.682	5.560

a. Predictors: (Constant), X6, X1, X3, X4, X2, X5

Sumber: data diolah

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Koefisien Determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,682 atau 68,2%. Koefisien Determinasi ini dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah 68,2%, sedangkan sisanya yaitu 31,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

4.5 Pembahasan Data Hasil Penelitian

4.5.1 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Simultan (Bersama-sama)

Penelitian ini menggunakan tiga hipotesis, hipotesis pertama yaitu untuk mengetahui apakah variabel atribut produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil pengujian secara simultan terhadap variabel bebas, dapat diketahui bahwa variabel Harga (X1), Ketersediaan Produk (X2), Merek (X3), Harga Jual Kembali (X4), Ketersediaan Suku Cadang (X5), Layanan Setelah Penjualan (X6) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal tersebut bahwa kepuasan pelanggan bisa dibentuk melalui strategi pemasaran dengan mengembangkan atribut-atribut pada produk. Hasil pengujian mempertegas bahwa dalam membentuk kepuasan pelanggan, perusahaan harus berhasil terlebih dahulu membuat asosiasi atau pencitraan yang baik tentang merek, salah satunya melalui perbaikan pada atribut produk. Dan pencitraan tersebut akan dapat berhasil jika sebuah merek mempunyai nilai lebih yang sesuai dengan kebutuhan-kebutuhan konsumen dalam mengkonsumsi sebuah produk.

Hal ini relevan dengan pendapat (Asri, 1991) yang menyatakan bahwa atribut produk sebagai komponen sifat-sifat produk yang secara bersama-sama memuaskan kebutuhan seseorang baik yang kentara maupun tidak kentara.

Dan hasil pengujian menyatakan bahwa kepuasan pelanggan di pengaruhi oleh atribut produk, hal ini selaras berdasarkan pendapat Sumarwan (2002:122) seorang konsumen akan melihat suatu produk berdasarkan kepada karakteristik atau ciri atau atribut dari produk tersebut. Bila konsumen memperoleh kepuasan dari pembeliannya akan suatu produk maka hal tersebut akan menciptakan sikap positif terhadap merek tersebut sehingga konsumen akan melakukan pembelian.

4.5.2 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Parsial

Hasil pengujian kedua secara parsial, yaitu untuk menjawab hipotesis kedua menunjukkan bahwa Layanan Setelah Penjualan (X_6) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Sementara hasil pengujian terhadap empat variabel lainnya menunjukkan nilai pengaruh yang tidak signifikan. Ini berarti Samsung harus memberikan penekanan-penekanan terhadap atribut produk/cirri yang ditawarkan kepada konsumen khususnya pada segi harga, Ketersediaan Produk, merek, harga jual kembali, dan ketersediaan suku cadang produk.

1. Harga

Pengujian hipotesis menunjukkan harga produk (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) *handphone*

Samsung android. Hal ini berarti harga produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *handphone* Samsung android. Tidak signifikannya harga produk terhadap kepuasan pelanggan tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mayestika Hantoro yang berjudul Analisis Atribut Produk Speedy Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Telekomunikasi Indonesia Divre IV Jateng dan DIY yang menyatakan bahwasanya Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Tidak signifikannya harga produk terhadap kepuasan pelanggan dapat diperjelas dari pendapat Patrick Hartmann et.al (2005) pada jurnalnya yang berjudul *Green Branding Effects on Attitude: Functional Versus Emotional Positioning Strategies*” yang menyatakan bahwa *“There is little doubt about the strategic importance of a well-defined brand identity as a prerequisite for delivering brand value”*.

Dari pernyataan tersebut berarti dalam penetapan harga produk, Samsung harus memberi penekanannya yang lebih tepat. Karena bagi pelanggan yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapat *value for money* yang tinggi (Irawan, 2002).

2. Ketersediaan produk

Pengujian hipotesis menunjukkan ketersediaan produk (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) *handphone* Samsung android. Hal ini berarti ketersediaan produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *handphone* Samsung android. Tidak signifikannya harga produk terhadap kepuasan pelanggan tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Dimiyati yang berjudul Model Struktural Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Produk Pond's yang menyatakan bahwasannya ketersediaan produk (produk yang mudah dijumpai) itu akan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pond's.

Hal ini berarti bahwa semakin banyak produk yang tersedia sehingga mudah didapatkan, maka belum tentu semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan *handphone* Samsung android. Oleh karena itu Samsung harus memberikan penekanan-penekana terhadap ketersediaan produk supaya pelanggan tidak merasa kecewa memilih pengganti produk lain yang lebih mudah didapatkan, hal ini dapat memberikan dampak negatif bagi perusahaan.

3. Merek

Pengujian hipotesis menunjukkan merek (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) *handphone* Samsung android. Hal ini berarti merek tidak berpengaruh terhadap

kepuasan pelanggan *handphone* Samsung android. Tidak signifikannya merek terhadap kepuasan pelanggan tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Dimiyati yang berjudul Model Struktural Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Produk Pond's yang menyatakan bahwasanya Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pond's.

Hal tersebut selaras dengan pendapat (Tjiptono, 1998) bahwa merek memegang peranan penting dalam pemasaran. Produk hanyalah sesuatu yang dihasilkan pabrik, sedangkan merek merupakan sesuatu yang dibeli konsumen. Merek Samsung memiliki kekhasan dan keunikan, menggambarkan manfaat dan kualitas produk, mudah diucapkan, dikenali, dan diingat, dan tidak mengandung arti yang buruk serta dapat menyesuaikan diri dengan produk-produk baru.

Tidak signifikannya merek produk terhadap kepuasan pelanggan dapat diperjelas dari pendapat Patrick Hartmann et.al (2005) pada jurnalnya yang berjudul *Green Branding Effects on Attitude: Functional Versus Emotional Positioning Strategies* yang menyatakan bahwa *“There is little doubt about the strategic importance of a well-defined brand identity as a prerequisite for delivering brand value”*.

Hal ini juga didukung dari penelitian yang dilakukan oleh Patrick De Pelsmacker, dkk (2005) yang berjudul “*Consumer preferences for the marketing of ethically labelled coffee*”. Penelitian mereka mengatakan bahwa “*There is no significant difference between brand and label information toward buying decision of consumer*”.

Dengan demikian, dalam penelitian ini didapati bahwa merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan *handphone* Samsung android di Ma’had Putri Sunan Ampel Al-Ali UIN Maliki Malang. Karena konsumen masih belum menyadari arti merek pada *green product* suatu *handphone*. Berarti merek produk yang mudah diucapkan, dan mudah diingat oleh konsumen tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *handphone* Samsung android.

4. Harga Jual kembali

Pengujian hipotesis menunjukkan harga jual kembali (X₄) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) *handphone* Samsung android. Hal ini berarti harga jual kembali tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *handphone* Samsung android. Hal ini berarti bahwa memberikan jaminan terhadap pelanggan setelah penjualan termasuk jaminan harga jual kembali yang tidak turun banyak dan meskipun produk *second* tetap ada jaminan bahwa masih banyak yang menginginkan produk tersebut

karena kualitas produk tidak dapat memberikan kepuasan tersendiri terhadap kepuasan pelanggan.

5. Ketersediaan Suku Cadang

Pengujian hipotesis menunjukkan ketersediaan suku cadang (X_5) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) *handphone* Samsung android. Hal ini berarti ketersediaan suku cadang tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *handphone* Samsung android. Hal ini berarti bahwa semakin banyak suku cadang produk yang tersedia sehingga mudah didapatkan, tidak pula dapat meningkatkan kepuasan pelanggan *handphone* Samsung android. Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen setelah pembelian adalah merupakan strategi pemasaran untuk mengurangi ketidakpuasan dengan jalan memberikan garansi, jasa reparasi, dan penyediaan suku cadang (Kotler, 1997).

6. Layanan Setelah Penjualan

Pengujian hipotesis menunjukkan layanan setelah penjualan (X_6) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) *handphone* Samsung android. Hal ini berarti layanan setelah penjualan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *handphone* Samsung android. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mayestika Hantoro yang berjudul Analisis Atribut Produk Speedy Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Telekomunikasi

Indonesia Divre IV Jateng dan DIY yang menyatakan bahwasanya Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hal ini berdasarkan pendapat (Tjiptono, 1998) fungsi utama garansi adalah untuk mengurangi resiko pelanggan sebelum dan sesudah pembelian barang atau jasa, sekaligus memaksa perusahaan bersangkutan untuk memberikan yang terbaik dan membentuk kepuasan pelanggan. Jaminan memegang peranan penting untuk membuat pelanggan yakin atas manfaat ataupun kualitas dari *handphone* Samsung android. Misalnya seperti jaminan perbaikan selama 1 tahun, jaminan ganti rugi kerusakan selama masa garansi, dan penanganan keluhan kerusakan cepat dan memuaskan.

4.5.3 Atribut Produk yang Paling Berpengaruh Dominan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa layanan setelah penjualan yang diberikan Samsung yang paling besar peranannya dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan yang diberikan oleh masing-masing variabel bebas. Dan variabel layanan setelah penjualan (X_6) yang memiliki nilai signifikan paling kecil terhadap kepuasan pelanggan (Y). Artinya kepuasan pelanggan *handphone* android merek Samsung lebih banyak dipengaruhi oleh layanan setelah penjualan (X_6) yang diberikan oleh Samsung dibandingkan dengan variabel lainnya yang juga berpengaruh, seperti: variabel harga (X_1), ketersediaan produk (X_2), variabel merek (X_3), harga jual kembali (X_4), ketersediaan suku cadang (X_5), dan layanan setelah penjualan (X_6).