

PENGARUH GARANSI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ELEKTRONIK PADA PT.BHAKTI IDOLA TAMA

Suharsono¹, Ngatno Sahputra², Al Firah³

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa

E-mail: alfirah41@dharmawangsa.ac.id

Article History:

Received: 12 November 2023

Revised: 27 November 2023

Accepted: 28 Desember 2023

Keywords: Garansi Produk,
Kualitas Pelayanan Jasa,
Keputusan pembelian

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah garansi produk dan kualitas pelayanan jasa berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk elektronik PT. Bhakti Idola Tama, menganalisis apakah variabel garansi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan menganalisis apakah variabel kualitas pelayanan jasa berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Pengumpulan data melalui kuesioner dan analisis data menggunakan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel garansi produk secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian berdasarkan analisis uji t diperoleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebesar $1,565 < 1,65$ berarti jika variabel garansi produk ditingkatkan sebesar satu-satuan maka keputusan pembelian naik sebesar 0,116. Variabel kualitas pelayanan jasa secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $8,105 > 1,65$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya jika variabel kualitas pelayanan jasa ditingkatkan sebesar satu-satuan maka keputusan pembelian naik sebesar 0.594. Pada hasil uji F menghasilkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $51,616 > 3,08$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya jika uji F variabel bebas yaitu garansi produk dan kualitas pelayanan jasa secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk elektronik pada PT. Bhakti Idola Tama. Nilai R Square = 0.486 berarti garansi produk dan kualitas pelayanan jasa mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 48,6%. Sedangkan sisanya 51,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

PT. Bhakti Idola Tama adalah perusahaan distributor dibidang elektronik. Ada beberapa merek produk peralatan rumah tangga yang diproduksi sendiri seperti Miyako dan pompa air Shimizu. Ada juga produk hasil kerjasamanya yaitu merek Rinnai, dan merek produk impor lain seperti Westben dan Supor.

Garansi produk di PT. Bhakti Idola Tama menggunakan kartu garansi yang ada. Jika kartu garansi hilang saat produk mengalami kerusakan pada masa garansi, maka konsumen memberikan biaya tambahan sesuai dengan kerusakan produk tersebut. Syarat garansi yaitu konsumen memberikan kartu garansi pada saat produk mengalami kerusakan. Namun, masa

garansi produk diberikan tidak lama diproduksi yang harganya terbilang murah, lain halnya dengan barang yang berkualitas tinggi dengan harga yang mahal sehingga harus ada keseimbangan antara garansi dan harga produk.

Barang dan jasa yang cepat, tepat, hemat, sehat, kuat, dan terkenal merupakan syarat bagi perusahaan dalam mempertahankan kualitas pelayananjasa.Selain itu, barang dan jasa itu harus tahan lama atau tidak mudah rusak dan mudah digunakan oleh siapa pun dan kapan pun. Pada masa garansi, pelayanan jasa saat garansi produk tidak berbayar (*free*) dilihat sesuai dengan masa garansi produk tersebut. Jika produk tidak bisa diperbaiki maka produsen melakukan penggantian *spare part*. Jika produk mengalami cacat pabrik, produsen tidak melakukan *service* tetapi menggantinya dengan produk baru.

Pelayanan jasa disertai produk saat mengalami kerusakan produsen memberikan kinerja yang sebaik mungkin agar konsumen tidak kecewa atas produk yang sudah di perbaiki.Tetapi, pelayanan jasa pada masa garansi konsumen kurang memuaskan karena garansi tidak berbayar. Hal ini menyebabkan kurangnya ketelitian pemeriksaan produk menyebabkan kerusakan kembali pada waktu yang sangat cepat, sehingga konsumen enggan memanfaatkan kartu garansi.

Jika produk tidak ada garansi maka konsumen memberikan uang tambahan sesuai dengan kerusakan produk. Kerusakan produk biasanya karena faktor bahan atau kualitas bahan yang kurang bagus atau harga produk yang terjangkau sehingga produk rentan mengalami kerusakan. Konsumen juga harus mengerti produk yang bagus dan dapat dipakai dalam jangka panjang sebelum memutuskan membeli dan merawat barang tersebut sehingga tidak rentan mengalami kerusakan.

Keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen memilih dan mengevaluasi produk atau jasa, sering kali konsumen mempertimbangkan berbagai hal yang sesuai dengan kebutuhannya dalam proses keputusan pembelian. Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk : harga,merek, kepuasan, garansi dan kualitas pelayanan jasa.

Garansi nasional biasanya berupa garansi yang diberikan pada konsumenyang membeli khusus dinegara itu sendiri artinya konsumen tidak bisa mengklaim garansi tersebut di negara lain. Garansi nasional di PT.Bhakti Idola Tama hanya beberapa produk dan tipe saja dikarenakan hanya barang ekspor saja yang mempunyai garansi nasional. Garansi toko yang diberikan PT.Bhakti Idola Tama diberikan kepada konsumen yang membeli suatu produk secara khusus tanpa harus menghilangkan garansi lainnya. Garansi ini beragam jangka waktu. dimulai dari 1, 2 atau 3 tahun tergantung produk yang berkualitas tinggi yg memiliki garansi >3 tahun. Keputusan pembelian produk antara garansi nasional dengan garansi toko di PT.Bhakti Idola Tama, konsumen tidak mempertimbangkan garansi tersebut dikarenakan konsumen hanya mempertimbangkan masa dari garansi produk tersebut.

Identifikasi Masalah

1. Masa garansi produk dengan standart dan kualitas tinggi harus diberikan keseimbangan
2. Pelayanan jasa yang kurang memuaskan karena masa garansi tidak berbayar
3. Pertimbangan keputusan pembelianberkaitan dengan pemilihan jenis garansi

Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas,maka penulis membatasi masalah penelitian tentang pengaruh garansi produk dan kualitas pelayanan jasa terhadap keputusan pembelian produk elektronik pada PT.Bhakti Idola Tama.

Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh garansi produk terhadap keputusan pembelian produk elektronik di PT. Bhakti Idola Tama?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap keputusan pembelian produk elektronik di PT. Bhakti Idola Tama?
3. Apakah terdapat pengaruh garansi produk dan kualitas pelayanan jasa secara simultan terhadap keputusan pembelian produk elektronik di PT. Bhakti Idola Tama?

LANDASAN TEORI**Garansi**

Agustinus J. Djohan (2016:41), Garansi adalah jaminan perbaikan jika terjadi kerusakan produk, berupa penggantian kerusakan pada bagian vital produk. Garansi sebagai kewajiban produsen atas dasar produk pada konsumen, dimana para konsumen akan diberi ganti rugi jika produk ternyata tidak berfungsi sesuai fungsinya. Garansi meliputi kualitas produk, reparasi, ganti rugi (uang kembali atau produk ditukar). Agustina Shinta (2011:80-81), Suatu jaminan dari produsen jika barang-barang yang terbeli tidak sesuai dengan pesanan, adanya jaminan yang terbeli tidak sesuai pesanan maka jaminan tersebut memberikan kepastian yang menyakinkan konsumen. Adapun syarat pengembalian barang, yaitu :

1. Tenggang waktu (jeda waktu yang disesuaikan dengan tingkat kerusakan *product*)
2. Produk yang dikembalikan rusak karena kesalahan teknis dari produsen, bukan dari konsumen
3. Produk yang rusak hanya bersifat *service* tanpa menambah suku cadang.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis menyimpulkan bahwa garansi sebagai pernyataan yang berhubungan dengan adanya kompensasi untuk memperbaiki, mengganti *spare part* atau memperpanjang lamanya pemberian garansi apabila terjadi kerusakan atau kegagalan produk selama masa garansi. Garansi dapat mengurangi persepsi resiko pembeli sebagai sarana promosi perusahaan untuk menarik konsumen dengan tawaran jaminan yang dijanjikan. Hal ini memungkinkan perusahaan mencantumkan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing yang tidak menawarkan garansi yang setara. Garansi ini menyatakan bahwa produk elektronik PT. Bhakti Idola Tama memiliki bermutu tinggi, selain itu perusahaan juga memiliki kinerja layanan yang dapat diandalkan.

Manfaat Garansi

Suardi A Novitasari (2016), adanya garansi bukan hanya pelanggan yang akan mendapatkan keuntungan, namun perusahaan juga mendapatkan nilai-nilai yang cukup penting jika memberikan garansi produknya. Adapun manfaat garansi, yaitu :

1. Memberikan ketenangan bagi pelanggan
2. Alat control kualitas produk
3. Evaluasi proses operasional

Proses-proses Klaim Garansi

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, (2012:34), yaitu:

1. Pembeli segera mengirimkan barang ke alamat kami untuk segera kami proses disertai dengan dus asli, segel garansi yang tidak rusak, dan kartu garansi. Barang yang tidak disertai kartu garansi tidak akan kami layani.
2. Biaya pengiriman dari pembeli kepada kami dan sebaliknya seluruhnya ditanggung oleh pembeli.
3. Biaya garansi setiap produk, pembeli tidak dikenakan biaya apapun kecuali jika adanya penggantian *sparepart* dari *service* garansi.
4. Lama perbaikan barang ditentukan oleh *service centre* produk terkait.
5. Setelah selesai, barang akan segera dikirimkan kembali ke pembeli dengan catatan sudah melunasi tagihan jika ada perbaikan *sparepart* dan *service centre*.

Kualitas Pelayanan Jasa

Tjiptono dalam Meithiana Indrasari (2019:61), kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan yang diiringi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaian agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut.

Tony Wijaya (2018:9), kualitas barang dan jasa didefinisikan sebagai keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran, rekayasa, produksi, maupun pemeliharaan yang menjadikan barang dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis menyimpulkan bahwa kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan terhadap barang atau jasa yang diukur sesuai persyaratan atau atribut tertentu. Suatu kualitas dikatakan baik jika penyedia jasa memberikan layanan yang setara dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Pencapaian kepuasan pelanggan memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan yang diberikan.

Karakteristik Pelayanan Jasa

Fandy Tjiptono (2014) dalam Meithiana Indrasari (2019:67-68), karakteristik jasa yaitu :

1. *Intangibility* (tidak berwujud)
2. *Inseparability* (tidak terpisahkan)
3. *Heterogeneity/variability* (bervariasi)
4. *Perishability* (tidak tahan lama)
5. *Lack of Ownership* (kurangnya kepemilikan)

Indikator Kualitas Pelayanan

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Fandy Tjiptono (2012:174-175), Indikator kualitas pelayanan, yaitu :

1. Keandalan (*Reliability*)
2. Kesadaran (*Awareness*)
3. Perhatian (*attention*)
4. Ketepatan (*Accuracy*)

Jenis-jenis Jasa

Kotler & Keller (2012) dalam Didin Fatihudin & M. Anang Firmansyah (2019: 7), Jasa

adalah setiap aktivitas, manfaat atau *performance* yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang bersifat *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun dimana dalam produksinya dapat terikat maupun tidak dengan produk fisik. Kotler dan Keller (2013) dalam Ari Setianingrum (2015:286-287), Ada beberapa faktor yang digunakan untuk membagi jasa berdasarkan sejauh mana sebuah jasa lebih banyak mengandung unsur *tangible* atau *intangible*. Jasa terbagi menjadi berbagai jenis, dari barang murni bukan merupakan jasa sampai jasa murni. Namun pembagian jasa ini kurang bermakna, sebab tidak memberikan banyak petunjuk kepada pengelola jasa tentang cara memberikan kinerja jasa yang baik pada konsumen.

Keputusan Pembelian

Rudy Irwansyah, dkk (2021:13), Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan konsumen akan pembelian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk memilih dua atau lebih alternatif produk yang tersedia dipengaruhi oleh beberapa faktor meliputi kualitas, harga, lokasi, promosi, kemudahan, pelayanan dan lain-lain. Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian produk atau jasa diawali dengan adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan atau keinginan dan menyadari adanya masalah selanjutnya, maka konsumen akan melakukan beberapa tahap yang pada akhirnya sampai pada tahap evaluasi pasca pembelian.

Tahap Keputusan Pembelian

Anang Firmansyah (2018:27-31), Keputusan membeli merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan. Dengan demikian seorang konsumen dalam melakukan keputusan membeli terdapat beberapa tahapan yaitu:

1. Pengenalan Masalah (*Problem Recognition*)
2. Pencarian Informasi (*Information Search*)
3. Evaluasi Alternatif (*Alternative Evaluation*)
4. Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*)
5. Perilaku Pasca Pembelian (*Post-Purchase Behaviour*)

Tabel Tahapan Proses Keputusan Pembelian

Tahap 1	Tahap 2	Tahap 3	Tahap 4	Tahap 5	Tahap 6
Menyadari adanya kebutuhan atau permasalahan yang harus diatasi	Mengumpulkan informasi produk yang dapat memuaskan kebutuhan saat ini	Mengevaluasi aspek positif dan negatif masing-masing pilihan produk sebagai dasar keputusan	Membuat keputusan membeli produk yang dinilai paling memenuhi persyaratan	Perilaku dalam menggunakan produk yang dibeli	Perilaku pembeli sesudah menggunakan produk yang dibeli, sesuai pengalaman konsumsi produk berwujud perasaan/tindakan

Sesuai hirarki kebutuhan Masglow, lapar, haus, pakaian, Pendidikan, keamanan dan aktualisasi diri	Informasi tentang pilihan produk yang tersedia untuk dibeli, harga dan kegunaan masing-masing	Menimbang manfaat dan biaya masing-masing pilihan	Menentukan pilihan produk, harga, jumlah, waktu, persyaratan dan lokasi pembelian	Penggunaan produk pembeli memperoleh pengalaman apakah pembeli puas atau kecewa	Jika puas, mengulang lagi pembelian (loyal), jika kecewa maka tidak mengulangi dan berusaha cari produk pengganti yang lebih baik
---	---	---	---	---	---

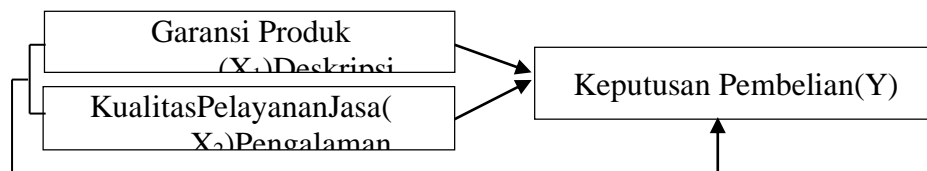
Sumber: Rahmawati (2016:43-44)

Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Farida Yulianti, dkk (2019:15-16), Proses pengambilan keputusan pembeli, yaitu:

1. Proses pengambilan keputusan pembeli produk baru berupa barang, jasa, ide yang dianggap baru oleh pembeli potensial
2. Tahap-tahap proses adopsi
 - a. Sadar, adanya produk baru, tetapi kekurangan informasi mengenainya
 - b. Tertarik, mencari informasi mengenai produk baru
 - c. Evaluasi, mempertimbangkan apakah produk baru
 - d. Mencoba, mencoba produk baru dalam skala kecil untuk meningkatkan perkiraan nilai

Gambar Kerangka Pemikiran



Hipotesis

Sugiyono (2017:63), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan.

1. H_0 :Tidak terdapat pengaruh garansi produk terhadap keputusan pembelian produk elektronik pada PT. Bhakti Idola Tama.
 H_1 :Terdapat pengaruh garansi produk terhadap keputusan pembelian produk elektronik pada PT. Bhakti Idola Tama.
2. H_0 :Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap keputusan pembelian produk elektronik pada PT. Bhakti Idola Tama.
 H_1 :Terdapat pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap keputusan pembelian produk elektronik pada PT. Bhakti Idola Tama.
3. H_0 :Tidak terdapat pengaruh garansi produk dan kualitas pelayanan jasa terhadap keputusan pembelian produk elektronik pada PT. Bhakti Idola Tama
 H_1 :Terdapat pengaruh garansi produk dan kualitas pelayanan jasa terhadap keputusan pembelian produk elektronik pada PT. Bhakti Idola Tama.

METODE

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Kantor PT. Bakti Idola Tama Medan. Beralamat Jln. Pulau Pinang No.151-152 KIM 2 Mabar, Kota Medan Sumatera Utara. Penelitian ini dimulai dari bulan Juni 2021, hingga April 2022.

Teknik Pengumpulan Data : wawancara, observasi, kuesioner (angket)

Populasi dan Sampel

Sugiyono (2012) mengungkapkan bahwa populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian produk elektronik yaitu sebanyak 155 orang. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin (Umar, 2017) yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{155}{1 + (155)(0.05)^2}$$

$$n = \frac{155}{1 + (155)(0.0025)}$$

$$n = \frac{155}{1 + 0.38}$$

$$n = 112,31 \text{ orang} = 112 \text{ orang}$$

Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sujarweni (2014:39), Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan yang dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Wiratna Sujarweni (2022:73), Sumber data adalah subjek dari mana asal data penelitian itu diperoleh. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder.

Tabel Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Garansi Produk (X ₁)	Jaminan perbaikan bila terjadi kerusakan pada produk, berupa penggantian produk seluruhnya, bila kerusakan terjadi pada bagian vital produk. Agustinus J Djohan (2016)	1. Prosedur 2. Kerusakan Produk 3. Jangka waktu Agustinus J Djohan (2016)	Likert
Kualitas pelayanan (X ₂)	Upaya pemenuhan kebutuhan yang diiringi dengan keinginan konsumen dan cara penyampaian agar memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Tjiptono (2011)	1. Kepuasan 2. Jaminan 3. Perbaikan Tjiptono (2011)	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Tahapan dimana konsumen membeli dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Kotler dan Armstrong (2014)	1. Jenis Produk 2. Merek 3. Harga Kotler & Armstrong (2014)	Likert

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel Karakteristik Responden

No	Keterangan		Jumlah	%
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	70	62,5 %
		Perempuan	42	37,5 %
		Total	112	100,00
2	Usia	20-30	60	53,57 %
		30-40	35	31,25 %
		40-50	17	15,17 %
		Total	112	100,00
3	Pendidikan	SMA	75	66,96%
		Diploma	15	13,39%
		Sarjana	22	19,64%
		Total	112	100,00

Sumber: Data Diolah (2022)

Tabel Uji Validitas Garansi Produk (X1)

No	Pernyataan	R _{hitung}	R _{tabel}	Ket
1	Prosedur klaim garansi tidak diperhatikan konsumen	0,582	0,185	Valid
2	Prosedur klaim garansi sesuai harapan konsumen	0,505	0,185	Valid
3	Sering mengalami kerusakan saat pemakaian produk	0,474	0,185	Valid
4	Kerusakan produk elektronik masih wajar	0,507	0,185	Valid
5	Garansi memiliki jangka waktu yang sangat lama	0,460	0,185	Valid
6	Jangka waktu sesuai dengan harapan konsumen	0,361	0,185	Valid

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, jumlah angket yang dijadikan bahan penelitian sebanyak 112 angket dari 112 orang responden dan dengan nilai α 0,05 serta $df = N - 2 = 112 - 2 = 100$, maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,185. Hasil probabilitas menunjukkan bahwa pernyataan variabel Garansi Produk (X₁) dinyatakan valid karena nilai *Total Correlation* > 0,185.

Tabel Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pernyataan	R _{hitung}	R _{tabel}	Ket
1	Pelayanan sangat memuaskan konsumen	0,533	0,185	Valid
2	Karyawan lambat menangani keluhan konsumen	0,581	0,185	Valid
3	Perusahaan tidak memberi jaminan bila barang rusak	0,479	0,185	Valid
4	Tidak ada jaminan yang diberikan oleh karyawan	0,528	0,185	Valid
5	Karyawan memberikan perbaikan produk elektronik	0,461	0,185	Valid
6	Perbaikan produk elektronik sesuai dengan kemampuan	0,469	0,185	Valid

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, jumlah angket yang dijadikan bahan penelitian sebanyak 112 angket dari 112 orang responden dan dengan nilai α 0,05 serta $df = N - 2 = 112 - 2 = 100$, maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,185. Hasil probabilitas menunjukkan bahwa pernyataan variabel Kualitas Jasa (X₂) dinyatakan valid karena nilai *Total Correlation* > 0,185.

Tabel Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	R _{hitung}	R _{tabel}	Ket
1	Jenis Produk yang dibuat sesuai dengan harga	0,503	0,185	Valid
2	Produk elektronik memiliki jenis produk berkualitas	0,517	0,185	Valid
3	Harga produk elektronik terjangkau	0,557	0,185	Valid
4	Harga produk sesuai hasil yang diinginkan konsumen	0,468	0,185	Valid
5	Produk elektronik memiliki merek yang bagus	0,405	0,185	Valid
6	Merek sangat penting bagi sebuah produk elektronik	0,345	0,185	Valid

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, jumlah angket yang dijadikan bahan penelitian sebanyak 112 angket dari 112 orang responden dan dengan nilai alpha 0,05 serta $df = N - 2 = 112 - 2 = 100$, maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,185. Hasil probabilitas menunjukkan bahwa pernyataan variabel **Keputusan Pembelian (Y)** dinyatakan valid karena nilai *Total Correlation* > 0,185.

Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Batas Kritis	Ket
Garansi Produk (X_1)	0,692	0,60	Reliabel
Kualitas Jasa (X_2)	0,702	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,680	0,60	Reliabel

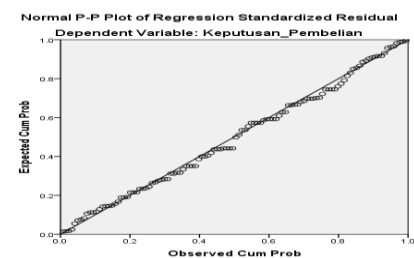
Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's alpha* variabel Garansi Produk (X_1), Kualitas Jasa (X_2), Keputusan Pembelian (Y) > 0,60 (*reliable*).

Gambar Uji Normalitas

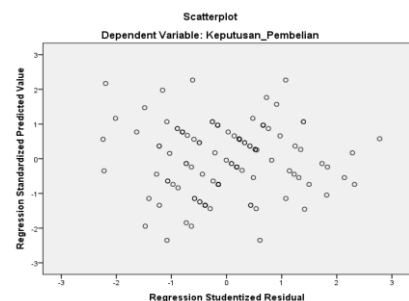
Berdasarkan grafik histogram disamping dapat diketahui bahwa variabel berdistribusi normal hal ini ditunjukkan oleh data yang berbentuk lonceng tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan.

Sumber : Data diolah (2023)



Gambar Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar grafik *scatterplot* disamping, terlihat titik secara acak atau tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi ini layak dipakai untuk prediksi keputusan pembelian berdasarkan masukan variabel independennya.



Tabel Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstd Coeff		Std Coeff	T	Sig.	Coll Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.432	1.983		3.748	.000		
	Garansi Produk (X_1)	.116	.074	.122	1.565	.121	.776	1.288

	Kualitas Jasa (X ₂)	.594	.073	.631	8.105	.000	.776	1.288
--	---------------------------------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: keputusan_pembelian

Sumber :Datadiolah (2023)

Berdasarkan table diatas,menunjukkan bahwanilai VIF < 5 maka tidak terdapat multikolinieritas, dan nilai tolerance > 0,1 maka tidak terdapat multikolonieritas.

ModelpersamaanRegresiLinearBergandaadalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 7,432 + 0,116X_1 + 0,594X_2$$

Penjelasan :

1. Keputusan pembelian dinilai dari konstan =7,432. Bilangan konstanta sebesar 7,432 menyatakan jika tidak ada variabel bebas atau bernilai 0 maka variabel keputusan pembelian tetap sebesar 7,432.
2. Garansi produk dengan nilai = 0,116. Nilai koefisien sebesar 0,116 menandakan arah hubungan yang searah menunjukkan apabila garansi produk diberikan sebesar 1 poin akan mempengaruhi peningkatan nilai keputusan pembelian sebesar 0,116 dan sebaliknya jika setiap pengurangan 1 poin pada variabel garansi produk akan mengurangi nilai keputusan pembelian sebesar 0,116, dengan asumsi kualitas pelayanan jasa konstan.
3. Kualitas pelayanan jasa = 0,594. Nilai koefisien 0,594 (positif) menandakan arah hubungan yang searah menunjukkan apabila kualitas pelayanan jasa diberikan sebesar 1 poin akan mempengaruhi peningkatan nilai keputusan pembelian sebesar 0,116 dan sebaliknya jika setiap pengurangan 1 poin pada variabel kualitas pelayanan jasa akan mengurangi nilai keputusan pembelian sebesar 0,594, dengan asumsi garansi produk konstan.

Uji t

Uji statistik t pada dasarnya bertujuan untuk menjelaskan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

1. Variabel garansi produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini karena nilai signifikansi $0,121 > 0,05$. Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebesar $1,565 < 1,65$ berarti jika variabel garansi produk ditingkatkan sebesar 1 satuan maka keputusan pembelian naik sebesar 0,116.
2. Variabel kualitas pelayanan jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $8,105 > 1,65$ berarti jika variabel kualitas pelayanan jasa ditingkatkan sebesar satu satuan maka keputusan pembelian naik sebesar 0,594.

Tabel Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	154.523	2	77.262	51.616	.000 ^b
	Residual	163.156	109	1.497		
	Total	317.679	111			

a. Dependent Variable: keputusan_pembelian

b. Predictors: (Constant), kualitas_pelayanan_jasa, garansi_produk

Sumber :Datadiolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas,menunjukkan bahwahasil uji F diperoleh nilai

$F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $51,616 > 3,08$ dengan tingkat signifikansi $(0,000) < (0,05)$ maka disimpulkan bahwa variabel bebas (garansi produk dan kualitas pelayanan jasa) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tabel Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.697 ^a	.486	.477	1.223

a. Predictors: (Constant), Kualitas_pelayanan_jasa, garansi_produk

Sumber : Datadiolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai R Square = 0,486 berarti garansi produk dan kualitas pelayanan jasa mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 48,6%. Sedangkan sisanya 51,4% dipengaruhi oleh variabel atau faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, seperti harga, citra merek dan promosi.

PEMBAHASAN

Pengaruh Garansi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Pada PT. Bhakti Idola Tama.

Berdasarkan hasil perhitungan uji t yang sudah dilakukan terhadap responden sebanyak 112 responden, dapat diketahui variabel garansi produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini karena nilai signifikansi $0,121 > 0,05$. Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebesar $1,565 < 1,65$ berarti jika variabel garansi produk ditingkatkan sebesar 1 satuan maka keputusan pembelian naik sebesar 0,116.

Garansi pada PT. Bhakti Idola Tama salah satunya yaitu dengan menggunakan kartu garansi. Jika kartu garansi hilang pada saat produk mengalami kerusakan, maka konsumen memberikan biaya tambahan sesuai dengan kerusakan produk tersebut. Namun masa garansi produk diberikan tidak lama diproduk yang berkualitas rendah, lain halnya dengan barang yang berkualitas tinggi. Jadi disini harus ada keseimbangan masa garansi dengan kualitas rendah dan kualitas yang tinggi.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Pada PT. Bhakti Idola Tama.

Berdasarkan hasil perhitungan uji t yang sudah dilakukan terhadap responden sebanyak 112 responden, dapat diketahui variabel kualitas pelayanan jasa berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $8,105 > 1,65$ berarti jika variabel kualitas pelayanan jasa ditingkatkan sebesar satu satuan maka keputusan pembelian naik sebesar 0,594.

Kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Bhakti Idola Tama sudah dilakukan sebaik mungkin, tetapi konsumen kurang mendapatkan pelayanan yang kurang puas dikarenakan pada masa garansi tidak membayar mengakibatkan produk yang sudah diperbaiki mengalami kerusakan kembali. Dan disini juga konsumen juga harus bisa mengerti produk yang mereka beli memiliki kualitas yang bagus atau tidak dan bisa di pakai jangka panjang atau tidak.

Pengaruh Garansi Produk Dan Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Pada PT.Bhakti Idola Tama.

Berdasarkan hipotesis penelitian menjelaskan bahwa adanya pengaruh Garansi produk dan kualitas pelayanan jasa secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada PT. Bhakti Idola Tama. Berdasarkan hasil perhitungan uji f diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $51,616 > 3,08$ dengan tingkat signifikansi $(0,000) < (0,05)$ maka disimpulkan bahwa variabel bebas (garansi produk dan kualitas pelayanan jasa) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Garansi dan kualitas pelayanan jasa memiliki hubungan yang erat terhadap keputusan pembelian. Garansi bertujuan dapat mengurangi persepsi resiko pembeli sebagai sarana promosi perusahaan untuk menarik konsumen dengan tawaran jaminan yang dijanjikan, sedangkan kualitas pelayanan jasa bertujuan memberikan pelayanan sebaik mungkin guna untuk memuaskan konsumen pada masa perbaikan produk elektronik.

KESIMPULAN

1. Variabel garansi produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini karena nilai signifikansi $0,121 > 0,05$. Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebesar $1,565 < 1,65$ berarti jika variabel garansi produk ditingkatkan sebesar 1 satuan maka keputusan pembelian naik sebesar 0,116.
2. Variabel kualitas pelayanan jasa berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $8,105 > 1,65$ berarti jika variabel kualitas pelayanan jasa ditingkatkan sebesar satu satuan maka keputusan pembelian naik sebesar 0,594.
3. Adanya pengaruh Garansi produk dan kualitas pelayanan jasa secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada PT. Bhakti Idola Tama. Berdasarkan hasil perhitungan uji f diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $51,616 > 3,08$ dengan tingkat signifikansi $(0,000) < (0,05)$ maka disimpulkan bahwa variabel bebas (garansi produk dan kualitas pelayanan jasa) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, berarti H_a diterima atau H_o ditolak. Berdasarkan hasil Uji Rseilai 0,486 berarti garansi produk dan kualitas pelayanan jasa mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 48,6%.

SARAN

1. PT. Bhakti Idola Tama disarankan untuk lebih memperhatikan prosedur klaim garansi serta lebih diperpanjang masa garansi produk kualitas standard dengan kualitas tinggi.
2. PT. Bhakti Idola Tama disarankan untuk profesional dalam melakukan perbaikan produk pada garansi tidak berbayar maupun berbayar, agar konsumen puas dalam pelayanan yang diberikan oleh karyawan perusahaan.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian sejenis dengan menambah skala penelitian seperti menambah jumlah sampel sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Djohan, Agustinus Johanes. (2016). *Manajemen dan Strategi Pembelian*. Cetakan Pertama Malang: Media Nusa Creative.
- Fatihudin Didin dan M. Anang Firmansyah. (2019). *Pemasaran jasa Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan*. Cetakan Pertama Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Firmansyah, M. Anang. (2018). *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*. Cetakan Pertama Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Pertama Surabaya: Unitomo Press.
- Irwansyah, Rudy Dkk. (2021). *Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Kotler, & Armstrong. (2014). *Manajemen Pemasaran analisis, Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian*. Jakarta Salemba Empat.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama Samarinda: Mulawarman University PRESS.
- Shinta, Agustina. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama Malang: UB Press
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Strategi Pemasaran*. Jogjakarta: Penerbit Andi
- Wijaya, Tony (2018) *Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan Kano*. Cetakan Pertama Jakarta Barat: PT INDEKS.
- Novitasari, Suardi Anisah (2016). *Pengaruh Citra Merek Dan Garansi Terhadap Keputusan Pembelian Smart Phone Merek Oppo*. Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 1(1), 6-16
- Rochim, Abdul. (2015). *Pengaruh Harga dan Garansi Seumur Hidup Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Tupperware* (studi kasus kelurahan Tambak Aji RW V Ngaliyan Semarang)