

# FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN TERHADAP JASA SERVICE HANPHONE PADA MY PONSEL

**Rika Miranda Gustiani<sup>1</sup>, Khairul Ihwan<sup>2</sup>**

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer  
Universitas Islam Indragiri (UNISI)

Jl. Propinsi, Parit 1 Tembilahan Hulu, Tembilahan, Riau, Indonesia

Emai : [Rikamirandagustian26@gmail.com](mailto:Rikamirandagustian26@gmail.com), [Ihwanp5@gmail.com](mailto:Ihwanp5@gmail.com)

## ABSTRAK

*Pada era saat ini komunikasi sangat berperan penting dalam kehidupan manusia seiring akan perkembangan teknologi yang sangat pesat terjadi sehingga dapat memudahkan dalam berkomunikasi yang mana pada pada zaman dulunya komunikasi jarak jauh membutuhkan waktu yang sangat susah yang di lakukan melalui surat, dengan adanya teknologi segala kegiatan di ringkas semudah mungkin seperti Handphone (Hp) yang mana dahulunya menggunakan surat dengan adanya handphone maka surat berubah menjadi SMS yang bisa mengirim pesan dengan seketika. Saat ini handphone bukanlah suatu hal yang dianggap mewah atau tidak langka lagi. Handphone sekarang sudah menjadi kebutuhan pokok masyarakat Indonesia. Karena mereka merasa semua bisa dilakukan dengan menggunakan Handphone tanpa kerjasama atau bantuan orang lain. Dengan meningkatnya pemakaian dan kebutuhan Ponsel di seluruh kalangan masyarakat sehingga muncul bermacam-macam masalah pada saat pemakaian sehari-hari. Ponsel adalah sebuah perangkat Elektronika yang bekerja dengan didukung oleh sebuah System yang dapat menjalankan Ponsel tersebut. Dengan adanya Rangkaian Elektronika dan System yang mengatur bekerjanya Ponsel, maka ilmu tentang perbaikan di bagi menjadi Ilmu Hardware yaitu perangkat keras dan Ilmu Software sebagai Perangkat lunaknya. Namun bagi seorang teknisi handphone haruslah memiliki kemampuan dalam mereparasi sebuah perangkat handphone secara hardware maupun software, sebab kedua elemen ini tidak dapat dipisahkan. Keadaan persaingan jasa reparasi sangat terasa sekali, persaingan ini dapat dilihat dari jumlah unit handphone yang direparasi dan masyarakat yang menggunakan jasa ini.*

**Kata kunci :** *Faktor-faktor yang mempengaruhi, minat konsumen, jasa servis handpone.*

## 1. PENDAHULUAN

MY Ponsel merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa reparasi elektronik terutama dibidang Handphone yang berkedudukan di jalan Gajah Mada Kecamatan Enok, Kabupaten Indragiri hilir, Riau, dalam usaha meningkatkan pelayanan usahanya MY Ponsel. Disamping mereparasi juga melayani penjualan Accesories Handphone seperti case, handsfre, tampredglass, dan menjual sperpaxhandphones seperti LCD, Touchscreen, dll, selain itu juga menjual Pulsa Elektrik maupun Voucher, Perdana, dan lain-lain. Dan Telah banyak tumbuh dan berkembang usaha

Tahun	Jumlah Reparasi				Pertumbuhan			
	Nokia	Samsung	Android	DLL	Nokia	Samsung	android	DLL
2014	500	350	420	340	0	0	0	0
2015	750	560	500	600	50%	60%	19%	76%
2016	900	780	800	650	20%	39%	60%	8%
2017	1000	650	825	700	11%	-16%	3%	8%
2018	2000	730	785	640	100%	13%	-4%	-9%

Dari tabel di atas ternyata unit Handphone yang direparasi Pada My Ponsel, dari merk Nokia, Samsung, Android, Dll pada Tahun 2014-2018, mengalami Peningkatan jasa reparasi elektronik khususnya Handphone pada My Ponsel dikarenakan memiliki lokasi yang strategis, jaminan terhadap suku cadang yang digunakan, ongkos service yang murah serta dapat memahami permintaan masyarakat.

Aktifitas-aktifitas yang dilaksanakan tidak terlepas dari upaya peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pada umumnya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Untuk melayani pelanggan yang dari tahun ketahun mengalami peningkatan, Dapat dilihat dari tabel di bawah ini.

**Tabel 2** :Jumlah PelanganPenguna jasa diReparasi Pada My Ponsel, dari merek Nokia, Samsung, AndroidDll Tahun 2014-2018

Tahun	Jumlah	Persentase perubahan
2014	504	0
2015	671	33,1%
2016	709	5,7%
2017	1380	94,6%
2018	2121	53,7%

kegiatan kewirausahaan tersebut salah satunya adalah usaha yang bergerak dalam kegaitan jasa reparasi elektronik terutama Handphonedimana bentuk usaha ini dimiliki oleh perorangan yang mempunyai keahlian khusus memperbaiki Handphone dan Keadaan persaingan jasa reparasi sangat terasa sekali di Enok, persaingan ini dapat dilihat dari jumlah unit handphone yang direparasi dan masyarakat yang menggunakan jasa ini di Enok

**Tabel 1** :Jumlah unit Handphone yang diReparasi Pada My Ponsel, Nokia, Samsung, AndroidDll Tahun 2014-2018 (Unit)

Dari tabel di atas dituntut adanya peningkatan pendayagunaan sumber daya manusia oleh pimpinan dalam hal perencanaan tenaga kerja, penempatan pegawai yang tepat penyusunan dan prosedur kerja serta meningkatkan kondisi lingkungan kerja, pengawasan yang efektif dan kelancaran kerja disemua bidang untuk meningkatkan pelayanan. Apabila Aktivitas kegiatan operasional tidak dilaksanakan dan dijalankan dengan sebaik-baiknya dalam artian perusahaan tidak mampu memberikan pelayanan yang diharapkan, maka akan timbul gejala-gejala yang tidak menyenangkan bagi konsumen pemakai jasa tersebut.

**Tabel 3** :Jumlah pengaduan yang diterima oleh My ponsel Tahun 2014-2018

Tahun	Jumlah	Persentase Perubahan
2014	178	0
2015	296	58,3%
2016	215	-27,4%
2017	350	62,8%
2018	664	84%

Dari Tabel di atas terlihat jelas bahwa tiap tahunnya terjadi peningkatan jumlah pengaduan tentang hasil reparasi handphone dari konsumen kecuali pada tahun 2017. My

Ponsel sebagai lembaga yang melayani kepentingan orang banyak harus mampu memenuhi kebutuhan konsumennya dalam pemenuhan jasa reparasi handphone. Konsumen yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh My Ponsel mereka akan memberikan reaksi yang tidak baik salah satunya dengan melakukan keluhan.

Dalam hal menangani jumlah pelanggan yang senantiasa mengalami peningkatan tersebut, maka sangat dibutuhkan pegawai yang terampil dan teliti dalam menjalankan tugasnya sehingga dapat dihindari kendala-kendala yang mungkin terjadi dalam pelayanan jasa service handphone tersebut.

Berdasarkan data di atas dapat kita ketahui pada akhir-akhir ini My Ponsel mengalami masalah terutama pelayanan yang menurun, sedangkan jumlah pelanggan serta unit handphone dari tahun-ketahun semakin meningkat. Dengan demikian ini membuat beban teknisi semakin berat. Hal ini dapat menjadi efisiensi kerja para teknisi menjadi terganggu dan akhirnya pelayanan yang diberikan kepada konsumen kurang memuaskan. Ini merupakan tantangan bagi My Ponsel dalam menjalankan aktifitas perusahaan dan dalam memberikan pelayanan yang baik, konsekuensinya mengharuskan pemenuhan/imbalan terhadap kebutuhan-kebutuhan yang mereka inginkan.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Sikap

Sikap seseorang adalah predisposisi (keadaan mudah terpengaruh) untuk memberikan tanggapan terhadap rangsangan lingkungan yang dapat memulai atau membimbing tingkah laku tersebut.

Sedangkan pengertian dari sikap itu sendiri adalah: Suatu evaluasi menyeluruh yang memungkinkan orang memberikan respon dengan cara menguntungkan secara konsisten dengan objek atau alternatif yang diberikan. (Engel, 2004:53)

Allport mendefinisikan sikap sebagai kesediaan mental yang didapatkan melalui pengalaman

yang menghasilkan pengaruh kepada tindak balas individu terhadap obyek dan situasi yang berkaitan. (Mohd.Said, 2002:76)

Defenisi Allport ini memerlukan beberapa penekanan dan penjelasan:

- a. Defenisi ini membawa implikasi bahwa sikap adalah dipelajari
- b. Sikap melibatkan situasi dan objek social.

Ciri sikap yang dapat dikesan dari defenisi Allport itu ialah sikap tidak boleh dilihat secara langsung, maksudnya, sikap merupakan suatu gagasan hipotesa, karna itu kita hanya dapat memperhatikan sikap seseorang dengan hanya memperhatikan tingkahlakunya yang dapat dilihat, seperti ia bertindak balas terhadap rangsangan.

Di lain pihak Allport juga menjelaskan arti sikap adalah : "Suatu status mental dan syaraf yang berhubungan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi, melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang mengarahkan kepada perilaku"

Sementara Thurston mendefinisikan sikap sebagai: "Suatu konsep yang cukup sederhana jumlah pengaruh yang dimiliki seseorang atas atau suatu objek". (J.Paul Peter, 2006:6)

### B. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan oleh orang-orang dalam hal merencanakan, membeli, dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa. (Winardi, 2004 : 49)

Sering kali istilah Perilaku pembeli (buyer behavior) juga digunakan orang untuk melukiskan proses tersebut. Pada umumnya istilah perilaku pembeli memusatkan perhatian pada perilaku individu khusus yang membeli produk yang bersangkutan, sekalipun orang itu tidak terlibat dalam hal merencanakan pembelian produk tersebut. walaupun menggunakan produk tersebut.

Dalam definisi lain Perilaku konsumen adalah sebagai tindakan-tindakan dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang

dan jasa ekonomi termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut. (Angel, 2005 : 8).

### C. Harga

Dalam arti yang sempit, harga adalah sejumlah uang yang dibayarka atas barang atau jasa. Dalam arti yang lebih luas, harga adalah jumlah semua nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat (dari) memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Secara histories, harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan pembeli.

Dalam kenyataan setiap pelanggan atau konsumen selalu memiliki kecendrungan membeli sesuatu barang adalah apabila harga yang ditawarkan layak atau tepat. Dalam menentukan harga yang tepat untuk produk yang akan dijual, perusahaan harus mengkombinasikan sub-sub unsur harga, seperti : Tingkat harga, potongan-potongan harga dan syarat-syarat pembayaran. Untuk meningkatkan dan memperluas pasar bagi suatu produk, kebijaksanaan tentang harga ini sangat diperlukan sekali guna untuk menentukan strategi pemasaran dengan harga bisa menunjukkan keberhasilan sekaligus kegagalan perusahaan ditinjau dari jumlah pendapatan atau keuntungan yang diperoleh.

## 3. METODOLOGI PENELITIAN

### A. Lokasi Penelitian

Dalam rangka penulisan ini maka penulis melakukan Penelitian pada My Ponsel di Jln Gajah Mada kecamatan Enok. Penelitian ini dilakukan dari bulan Mei 2019 sampai selesai.

### B. Janis Dan Sumber Data

Dalam penulisan ini penulis menggunakan dua jenis data sebagai berikut:

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian seperti jawaban responden atas kuesioner yang diberikan dan data lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

- b. Data Sekunder, Yakni data yang diperoleh dari dalam bentuk yang sudah jadi baik berupa laporan maupun informasi dari pihak perusahaan ataupun pihak lain yang terkait.

### C. Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data untuk keperluan penelitian, penulis menggunakan metode-metode pengumpulan data:

- a. Interview, yakni mengumpulkan data melalui wawancara dengan pimpinan perusahaan dan karyawan yang terkait langsung dengan perusahaan.
- b. Questioner, yaitu menyebar suatu daftar pertanyaan yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas dan diajukan kepada responden penelitian atau narasumber yang diharapkan dapat memberikan jawaban yang penulis butuhkan.
- c. Dokumentasi, yakni data yang sudah tersedia pada My ponsel.

### D. Populasi Dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004:72). Di sini populasinya adalah para konsumen sebagai pengguna jasa servicehanphone pada My ponsel pada tahun 2019 berjumlah 2121 orang.

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diambil untuk mewakili populasi secara keseluruhan yang akan dijadikan responden dalam suatu penelitian. Oleh karena sangat besarnya jumlah populasi dalam penelitian ini juga keterbatasan waktu tenaga serta dana maka dalam penelitian ini penulis menggunakan metode accidental sampling yaitu pengambilan sampel berdasarkan kebutuhan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Jumlah yang akan diambil sebagai sampel dalam penelitian ini adalah 2121 orang konsumen pengguna jasa reparasi handphone pada My ponsel

Jumlah sampel diketahui dengan menggunakan rumus Slovin (Umar, 2003:146).

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana : n : Ukuran sampel  
N : Jumlah Populasi  
E : Persentase kelonggaran, ketidak telitian kerja, kesalahan pengambilan sampel, yang masih dapat ditoleransi sebanyak 10%

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ &= \frac{2121}{1 + 2121(0,1)^2} \\ &= \frac{2121}{22,21} \end{aligned}$$

= 96 Jadi n = 100

Responden

Jadi disini yang akan dijadikan sampel penelitian penulis adalah ditetapkan sebanyak 100 orang responden.

### E. Analisa Data

Untuk memperoleh data yang diperoleh penulis akan menggunakan Analisa data kuantitatif dan kualitatif. Analisa kualitatif dilakukan dengan cara yakni data diperoleh dari jawaban responder berdasarkan pertanyaan yang ditabulasikan untuk dianalisa secara deskriptif kualitatif hasil data olahan berupa, table-table yang dianalisis dihubungkan dengan teori yang mendukung masalah. Sedangkan analisis Regresi Linear Berganda yang dilakukan untuk mengukur bagaimana persepsi minat konsumen terhadap pelayanan jasa service pada My ponsel, adapun persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e$$

Dimana : Y = Minat konsumen  
a = Konstanta  
b<sub>1,5</sub> = Koefisien regresi  
x<sub>1</sub> = Reliability  
x<sub>2</sub> = Tangible  
x<sub>3</sub> = Responsiveness  
x<sub>4</sub> = Assurance  
x<sub>5</sub> = Emphaty  
e = Variabel error

untuk mengetahui minat konsumen terhadap jasa servicehandphohe pada My Ponsel, maka dilakukan pengujian terhadap hasil penelitian yang diantaranya Uji t (T-Test), dan Uji F (F-Test).

### F. Uji Reliabilitas Dan Validitas

Perlu dilakukan pengujian diawal sewaktu analisa sebelum dilakukan pengujian-pengujian. Hal ini bertujuan yang terkandung didalam kuesioner penelitian, perlu dilakukan pengujian diawaldisuatu analisa sebelum dilakukan pengujian-pengujian tahap, berikutnya. Hal ini bertujuan karena uji reliabilitas akan dapat menunjukkan konsistensi dari jawaban-jawaban responden terhadap pertanyaan kuisisioner yang diajukan atau dapat juga dikatakan menunjukkan adanya kesamaan jawaban (yang selanjutnya menjadi data) dalam waktu yang berbeda. Dengan demikian, uji reliabilitas ini menjadi salahsatu syarat penting yang berlaku pada metode penyebaran kuisisioner. Biladari uji relibilitas menunjukkan tingkat konistensi yang rendah maka kemungkinannya pernyataan yang diajukan dalam kuisisioner tidak dapat ditangkapt dengan baik oleh responden, sehingga bila diajukan dalam waktu yang berbeda, jawabannya, pun akan berbeda. Dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas adalah jika  $\alpha > r$  tabel maka butiran atau variabel tersebut reliable. Sedangkan Uji Validitas Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara, tepat. Validitas suatu instrument akan menggambarkan tingkat kemampuan alat ukur yan digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran. Dengan demikian, permasalahan validitas instrument (kuisisioner) akan menunjukkan pada mampu tidaknya instrument (kuisisioner) akan menunjukkan yang diukur. Jika r hasil > tabel dapat disimpulkan bahwa instrument yang digunakan valid sebaliknya jika r hasil < r tabel maka dapat disimpulkan bahwa instrument yang digunakan tidak valid.

## G. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah dan uraian yang telah penulis kemukakan sebelumnya, maka penulis merumuskan hipotesis : "diduga Faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap jasa servicehandphone pada My ponsel meliputi faktor Reliability, Tangible, Responsiveness, Assurance, Emphaty".

## H. Variabel Penelitian

Variabel-Variabel yang akan di teliti antara lain

1. Variabel Terikat (Y) adalah : Minat Konsumen
2. Variabel Bebas (X) adalah :
  - a. Reliability/Keandalan (X1)
  - b. Tangible/Bukti fisik (X2)
  - c. Responsiveness/Ketanggapan (X3)
  - d. Assurance/Keyakinan (X4)
  - e. Empaty/Perhatian yang tulus (X5).

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Identifikasi Umum Responden

Penelitian dilaksanakan pada tahun 2010, dengan menyebarkan seratus lembar isian kuisioner pada pelanggan pemakai jasa Service handphone pada My ponsel. Dari jumlah tersebut Seluruhnya mengisi secara lengkap dan diperoleh data gambar tabel 4. 1 sebagai berikut:

**Tabel4 : Identitas Umum Responden**

Indikator	jumlah	Persentase
Jenis kelamin		
-Laki-Laki	76	76%
-Perempuan	24	24%
Pekerjaan		
-PNS	27	27%
-Swasta	61	61%
-Rumah Tangga	12	12%

### B. Deskripsi Variabel Minat Konsumen

Dalam pemasaran jasa service merupakan masalah utama yang harus ditangani karena menyangkut kepuasan konsumen dan pelanggan. Kepuasan dapat dilihat dari baik atau buruknya kualitas pelayanan yang diberikan sehingga dapat

menimbulkan kesan puas terhadap barang atau jasa yang dipilih. Sedangkan pelayanan yang tidak baik pada dasarnya cenderung akan membuat calon konsumen dan pelanggan mengurungkan niatnya untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut, karna konsumen dan pelanggan tidak hanya membutuhkan pemenuhan kebutuhannya saja melainkan pelayanan yang baik dan Memuaskan.

Bagi pelanggan itu sendiri, pelayanan merupakan satu hal yang wajar, jika rasanya dan tuntutan terhadap kebutuhan dan harga diri mereka sebagai "raja" dapat selalu terpenuhi, selalu mendapatkan penawaran produk dan jasa yang baik, dan ingin adanya tanggung jawab mutu pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut.

### C. Analisa Minat Konsumen Terhadap Jasa Servis Handphone

Pelanggan akan merasa puas apabila perusahaan memberikan layanan dengan kualitas jasa servicehandphone yang baik, dan diikuti dengan tarif yang murah, pengaduan yang cepat dilayani serta hasil yang sangat memuaskan. Hal ini dibuktikan secara kualitatif rata-rata sebagian besar responden mementingkan kualitas jasa service yang baik dari Be-en Ponsel Pekanbaru. Untuk mengetahui minat konsumen terhadap perusahaan dapat kita lihatpada tabel di bawah ini :

**Tabel 5 :Tanggapan Responden Terhadap Kesadaran yang tinggi dari teknisi Service Handphone dalam melayani**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah responden	Persentase (%)
1	a. Memuaskan		
2	b. Cukup	75	75%
3	c. Kurang Memuaskan	20	20%
		5	5%
Total Responden		100 responden	100%

**Sumber :** Data Olahan

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui tanggapan responden Terhadap Kesadaran yang tinggi dari teknisi Service Handphone dalam melayani, yang menjawab memuaskan 75 orang responden, yang menjawab cukup memuaskan 20 orang responden dan yang menjawab kurang memuaskan sebanyak 5 orang responden.

**Tabel 6** : Tanggapan Responden Terhadap Kapasitas Mesin Service Hanphone

No	Alternatif Jawaban	Jumlah responden	Persentase (%)
1	a. Lengkap	7	7%
	b. Cukup		
	Lengkap		
2	c. Kurang	16	16%
	Lengkap		
Total Responden		100 responden	100%

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui tanggapan responden Terhadap sikap teknisi dalam menindak lanjuti segala keluhan pelanggan, yang menjawab cepat tanggap 7 orang responden, yang menjawab cukup tanggap 77 orang responden dan yang menjawab kurang tanggap sebanyak 16 orang responden.

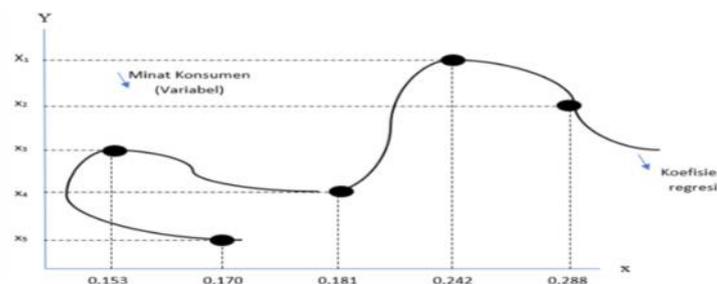
#### D. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Terhadap Jasa Servis Handphone

Analisis data ini dapat digunakan untuk pengujian hipotesis pada variabel-variabel yang telah disusun sebelumnya dari variabel Reliability( $X_1$ ), variabel tangible( $X_2$ ), variabel responsiveness( $X_3$ ), variabel assurance( $X_4$ ), dan variabel empathy( $X_5$ ) yang diduga berpengaruh dan mempunyai hubungan terhadap minat konsumen (Y).

**Tabel 7** : Analisis Regresi

Model	Koefisien regresi	T-Hitung	T-tabel	Signifikan
Constantant	2,242	-	-	0,111
Variable $x_1$	0,242	3,544	1,980	0,001
Variable $x_2$	0,288	3,419	1,980	0,001
Variable $x_3$	0,153	2,217	1,980	0,026
Variable $x_4$	0,181	2,160	1,980	0,033
Variable $x_5$	0,170	2,102	1,980	0,038

Table 7 merupakan kumpulan hasil jawaban dari responden berdasarkan variabel-variabel minat konsumen terhadap jasa servicehanphone pada My ponsel. Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa variabel reliability( $X_1$ ), tangible( $X_2$ ), responsiveness( $X_3$ ), assurance( $X_4$ ), empathy( $X_5$ ) sangat diterima sebagai faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap jasa servicehanphone pada My ponsel, Variable-variabel tersebut saling terikat dengan variabel bebasnya (Y).



Berdasarkan Grafik diatas maka dapat kita ketahui sebagai persamaan regresi linear berganda dalam analisis ini adalah sebagai berikut :

$$Y = 2,242 + 0,242 X_1 + 0,288 X_2 + 0,153 X_3 + 0,181 X_4 + 0,170 X_5 + e$$

Dari table 20 dan persamaan regresi dengan tingkat kepercayaan ( $\alpha$ ) 5% sebesar 1,980 sebagai berikut :

1. Uji Terhadap pengaruh Variabel reliability(  $X_1$ ) terhadap variable minat konsumen ( Y ) menunjukkan nilai t- hitung sebesar 3,544 atau lebih besar dari pada t-

- table ( 1,980 ). Hal ini menunjukkan bahwa variabelreliability( $X_1$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap variable minat konsumen (Y) artinya bahwa minat konsumen akan berubah sebesar 0,242 Jika dengan asumsi variable lainnya dianggap konstan (tetap).
2. Uji terhadap pengaruh variabeltangible ( $X_2$ ) terhadap variable minat konsumen (Y) menunjukkan nilai t- hitung sebesar 3,419 atau lebih besar dari pada t- table ( 1,980 ). Hal ini menunjukkan bahwa variabeltangible ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap variable minat konsumen (Y), artinya minat konsumen akan berubah sebesar 0,288 jika dengan asumsi variable lainnya dianggap konstan (tetap).
  3. Uji terhadap pengaruh variableResponsiveness ( $X_3$ ) terhadap variable minat konsumen (Y) menunjukkan nilai t- hitung sebesar 2,217 atau lebih besar dari pada t- table ( 1,980 ). Hal ini menunjukkan bahwa variableResponsiveness ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap variable minat konsumen (Y), artinya minat konsumen akan berubah sebesar 0,153 jika dengan asumsi variable lainnya dianggap konstan (tetap).
  4. Uji terhadap pengaruh variableassurance ( $X_4$ ) terhadap variable minat konsumen (Y) menunjukkan nilai t- hitung sebesar 2,160 atau lebih besar daripada t- table ( 1,980 ). Hal ini menunjukkan bahwa variableassurance ( $X_4$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap variable minat konsumen (Y), artinya sikap akan berubah sebesar 0,181 jika dengan asumsi variable lainnya dianggap konstan (tetap).
  5. Uji terhadap pengaruh variableempaty ( $X_5$ ) terhadap variable minat konsumen (Y) menunjukkan nilai t- hitung sebesar 2,102 atau lebih besar dari pada t- table ( 1,980 ). Hal ini menunjukkan bahwa variableempaty ( $X_5$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap variable minat konsumen (Y), artinya sikap akan berubah sebesar 0,170 jika dengan asumsi variable lainnya dianggap konstan (tetap).
- Berdasarkan kelima analisis diatas dapat diketahuibahwa variabelreliability( $X_1$ ), tangible( $X_2$ ),responsiveness ( $X_3$ ), assurance( $X_4$ ), empaty( $X_5$ ), mempunyai pengaruh yang besar terhadap variable minat konsumen (Y). Hal ini dapat ditunjukkan bahwa t- hitung semua variable lebih besar dari pada t- tabel.
- Hal ini membuktikan bahwa variabelreliability ( $X_1$ ), tangible ( $X_2$ ), Responsiveness ( $X_3$ ), assurance ( $X_4$ ), empaty ( $X_5$ ) mempunyai pengaruh yang sangat penting terhadap minat konsumen dalam mengkonsumsi jasa servicehandphone.
- ## 5. KESIMPULAN
1. Secara simultan (uji F) Faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap jasa servicehandphone pada Be- en ponsel Pekanbaru adalah reliability, tangible, responsiveness, assurance, empaty. Semua variable sangat berpengaruh terhadap minat konsumen terhadapjasaservicehandphonne pada My ponsel.
  2. Dari hasil keseluruhan responden terhadap minat konsumen terhadap jasa servicehandphonne pada My ponsel disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jadi semua variable sangat mempengaruhi minat konsumen terhadap jasa servicehandphonne.
  3. Faktor yang paling dominan pengaruhnya adalah reliability, pengaruh Variablereliability(  $X_1$ ) terhadap variable minat konsumen ( Y ) menunjukkan nilai t- hitung sebesar 3,544 atau lebih besar dari

pada t- table ( 1,980 ). Uji t juga mengatakan bahwa t- hitung variabel reliability, tangible, responsiveness, assurance, empathy lebih besar dari t- tabel berarti Ho ditolak dan Ha diterima.

4. Variablereliability, tangible, responsiveness, assurance, empathy memberikan dampak positif bagi minat konsumen terhadap jasa servicehandphone pada My ponsel.

#### 4.5 Saran

Adapun saran – saran yang penulis berikan kepada pada My ponsel berdasarkan penelitian :

1. My ponsel diharapkan untuk meningkatkan minat konsumen terhadapvariable-variable penelitian terutama empathy karena dengan hal tersebut diharapkan para konsumen dapat merasakan kepuasan dalam mengkonsumsi jasa servicehanphone tersebut.
2. My ponsel diharapkan selalu melakukan riset konsumen, baik itu mengenai sikap konsumen, prilaku konsumen dan kepuasan konsumen. Karena data dan informasi yang diperoleh dari riset tersebut dapat membantu dalam melakukan efisiensi dan perbaikan dalam layanan jasa servicehandphone.

Penulis menyarankan mempercepat mereparasi setiap unit hanphone yang rusak menurut peninjauan penulis rata-rata memperbaiki membutuhkan waktu lumayan apalagi kerusakan agak parah maka dibutuhkan sehari-hari untuk pengerjaan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alex S. Nitisemito. *Marketing*. Cetakan ke empat. ghalia Indonesia .Jakarta, 2000
- Alma Buchari. 2000, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, ALFABETA,Bandung.
- Amstrong Gary, 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Penerbit Erlangga Jakarta
- Azwar, Salfuddin, MA, 2005, *Sikap manusia Teori dan Pengukurannya*, Edisi kedua,Cetakan II. Pustaka Pelajar, Jakarta
- Bugin, B. 2005, *Metode penelitian Kuantitatif*, Pernada Media, Jakarta.
- Engel, James F.,RogerD.Blackwell dan Paul W.Miniard 2004, *Prilaku Konsumer*,Terjemahaan F.X Budianto, Jilid I, Edisi ke-4, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Fandy Tjiptono. 2002, *Manajemen Jasa*, andi offset. edisi kedua, cetakan ketiga,Yogyakarta.
- Gasparaz, W. 2002, *Manajemen Kualitas dalam industri Jasa*, cetakan kedua, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Iqbal, 2000, *Pokok-Pokok Statistik*,Jilid Dua, Erlangga, Jakarta
- J. Supranto. 2002, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelangan*, Rineka Cipta, Jakarta.
- J.PaulPeter,dan Jerry C.Olson, 2003, *ConvatuerBehavior (Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran)*, alih Bahasa, DamosSihombing,Edisi ke-4, Erlangga,Jakarta.
- James L.Gibson, Jhon, M, Ivan Cevich dan Jaines F. Donnely, Jr, 2003, *Organisasi dan Manajemen, (Prilaku, Struktur dan Proses)*, Edisi ke4, Cetakan kedelapan, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2004, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia Jilid 2 Alih Bahasa Hendra Teguh, Ronny Antonius Rusli, Prenhallindo, Jakarta.