

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAN *AFTER SALES SERVICE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR  
LISTRIK SELIS DI KOTA PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk melengkapi persyaratan  
dalam memperoleh gelar Sarjana S1**



**JEVON THE AWDI**

**NIM : 2022028**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS DAN AKUNTANSI  
UNIVERSITAS KATOLIK MUSI CHARITAS  
PALEMBANG**

**2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAN *AFTER SALES SERVICE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR  
LISTRIK SELIS DI KOTA PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk melengkapi persyaratan  
dalam memperoleh gelar Sarjana S1**



**JEVON THE AWDI**

**NIM : 2022028**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS DAN AKUNTANSI  
UNIVERSITAS KATOLIK MUSI CHARITAS  
PALEMBANG  
2024**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN**  
***AFTER SALES SERVICE* TERHADAP KEPUTUSAN**  
**PEMBELIAN SEPEDA MOTOR LISTRIK SELIS DI KOTA**  
**PALEMBANG**

Disusun Oleh :  
JEVON THE AWDI  
NIM : 2022028

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing



Lina, S.E., M.Si.

Tanggal, 15 Juli 2024

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN**  
***AFTER SALES SERVICE* TERHADAP KEPUTUSAN**  
**PEMBELIAN SEPEDA MOTOR LISTRIK SELIS DI KOTA**  
**PALEMBANG**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Jevon The Awdi

NIM : 2022028

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal, 22 Juli 2024

Susunan Tim Penguji

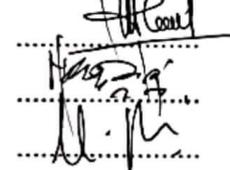
Nama Lengkap

Ketua : Lina, S.E., M.Si.

Anggota : Drs. Ignasius Heri Satrya Wangsa, SCJ., M.M., PGCE

Anggota : Micheline Rinamurti, S.E., M.Si.

Tanda Tangan



Palembang, 22 Juli 2024

Ketua Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Akuntansi

Universitas Katolik Misi Charitas



Suramaya Suci Kewal, S.E., M.Si.

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

*“ A MAN IS GREAT NOT BECAUSE HE HASN'T  
FAILED, A MAN IS GREAT BECAUSE FAILURE  
HASN'T STOPPED HIM “*

**Skripsi ini dipersembahkan untuk :**

- **Tuhan Yang Maha Esa**
- **Papa dan Mama**
- **Kakak dan Adikku**
- **Sahabat dan Teman Seperjuangan**
- **Universitas Katolik Musi Charitas**

**PERNYATAAN  
KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Jevon The Awdi

NIM : 2022028

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *AFTER SALES SERVICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR LISTRIK SELIS DI KOTA PALEMBANG** adalah karya saya.

Skripsi ini adalah karya ilmiah yang bebas dari unsur plagiat. Apabila dikemudian hari terbukti ada unsur plagiat dalam karya ilmiah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas Katolik Musi Charitas.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Palembang, 22 Juli 2024

Pemberi Pernyataan



Jevon The Awdi

## PERNYATAAN

### PERSETUJUAN UNGGAH KARYA TULIS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Jevon The Awdi

NIM : 2022028

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *AFTER SALES SERVICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR LISTRIK SELIS DI KOTA PALEMBANG**

Menyatakan bahwa saya memberikan hak kepada Universitas Katolik Musi Charitas untuk mempublikasikan skripsi saya tanpa meminta ijin dari saya selama nama saya tercantum sebagai penulis.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Palembang, 22 Juli 2024

Pemberi Pernyataan



Jevon The Awdi

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan *after sales service* terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang pernah membeli, menggunakan dan menikmati layanan jasa purna jual produk motor listrik Selis. Sampel yang digunakan sebanyak 70 responden menggunakan metode *purposive sampling*. Analisa data dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji t, dan uji F. Penelitian ini diolah dengan aplikasi SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan *after sales service* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *after sales service*, Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the influence of product quality and after-sales service on purchasing decisions. The population in this study is all people who have bought, used and enjoyed after-sales service for Selis electric motorcycle products. The sample used was 70 respondents using the purposive sampling method. Data analysis was carried out using descriptive statistics, validity tests, reliability tests, normality tests, multicollinearity tests, heteroskedasticity test, multiple linear regression analysis test, determination coefficient test, t test, and F test. The results of this study show that product quality has a positive and significant effect on purchase decisions while after sales service has a positive but not significant effect on purchase decisions.*

*Key Words : Kualitas Produk, After Sales Service, Keputusan Pembelian.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat yang telah diberikan oleh-Nya, peneliti diberikan kesempatan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi yang dibuat oleh peneliti berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan *After Sales Service* terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Listrik Selis di Kota Palembang”. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar dapat memperbaiki penulisan skripsi ini.

Peneliti juga menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa;
2. Universitas Katolik Musi Charitas yang telah memberikan kesempatan peneliti untuk bisa belajar baik dari segi akademik dan nonakademik;
3. Bapak Dr. Antonius Singgih Setiawan, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Katolik Musi Charitas Palembang;
4. Ibu Ming Chen, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Akuntansi Universitas Katolik Musi Charitas Palembang;
5. Ibu Suramaya Suci Kewal. S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Katolik Musi Charitas Palembang;
6. Bapak Johan Gunady Ony, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Akuntansi Universitas Katolik Musi Charitas Palembang;
7. Ibu Catharina Clara, S.E., M.Si. selaku dosen Pembimbing akademik yang telah membantu peneliti selama perkuliahan;
8. Ibu Lina, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini;

9. Seluruh dosen Universitas Katolik Musi Charitas Palembang yang telah membimbing, mengajar dan memberikan ilmu pengetahuannya kepada peneliti selama perkuliahan;
10. Seluruh staf dan karyawan Universitas Katolik Musi Charitas Palembang yang telah membantu peneliti dalam mengurus segala kebutuhan administrasi dan lain-lain di Universitas Katolik Musi Charitas;
11. Papa dan mama yang selalu mendoakan, memberikan semangat, dukungan dan motivasi kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan studi ini dengan tepat waktu;
12. Teman-teman dari Sinar Agung Tao yang selalu mendukung serta memberikan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini;
13. Seluruh responden yang telah bersedia untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini;
14. Seluruh pihak-pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.
15. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berjuang sejauh ini, mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Semoga Tuhan melimpahkan berkat-Nya bagi Bapak, Ibu, Saudara/i dan teman-teman yang telah membantu peneliti baik selama perkuliahan maupun selama penyusunan skripsi ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi teman-teman yang sedang menyelesaikan penelitian skripsi.

Palembang, 22 Juli 2024

Jevon The Awdi

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA</b> .....	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA TULIS</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAKSI</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
1. Manfaat Teoritis .....	11
2. Bagi Civitas Akademik.....	11
3. Bagi Manajemen.....	11
4. Bagi Investor dan Masyarakat .....	11
E. Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Teori Planned of Behavior .....	14
B. Kualitas Produk.....	16
C. <i>After Sales Service</i> .....	18
D. Keputusan Pembelian.....	20

E. Penelitian Terdahulu .....	23
F. Pengembangan Hipotesis .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Ukuran Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....	29
C. Jenis Data Penelitian .....	31
D. Teknik Pengumpulan Data.....	32
E. Variabel dan Definisi Operasional .....	33
F. Teknik Analisis Data.....	42
1. Uji Normalitas.....	43
2. Uji Asumsi Klasik.....	43
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	46
5. Uji Kelayakan Model (F) .....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i> 30 Responden .....	49
B. Hasil Pengumpulan Data Penelitian.....	53
C. Karakteristik Responden .....	54
D. Statistik Deskriptif .....	56
E. Hasil Analisis Data.....	58
F. Uji Asumsi Klasik.....	62
1. Uji Normalitas.....	62
2. Uji Multikolinearitas .....	63
3. Uji Heteroskedastisitas.....	64
G. Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
H. Pengujian Hipotesis .....	66
1. Uji t .....	66
2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	63
3. Uji F .....	64
I. Pembahasan Hasil Analisis .....	69

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan ..... 72  
B. Keterbatasan..... 73  
C. Saran..... 74

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Fenomena pada Variabel Kualitas Produk.....	6
Tabel 2,1 Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3.1 Operasional Variabel Kualitas Produk.....	34
Tabel 3.2 Operasional Variabel <i>After Sales Service</i> .....	38
Tabel 3.3 Operasional Variabel Keputusan Pembelian .....	40
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Pre-Test 30 Responden .....	49
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test 30 Responden .....	52
Tabel 4.3 Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.4 Usia Responden .....	54
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden .....	55
Tabel 4.6 Rata-Rata Jawaban Responden masing-masing variabel.....	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas .....	59
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas .....	61
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	62
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas .....	63
Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas .....	64
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda .....	65
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	67
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi .....	68
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Prediksi Jumlah Motor Listrik Di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Peminat Motor Listrik Berdasarkan Kelas Sosial Ekonomi .....	3
Gambar 1.3 Merek Motor Listrik yang paling populer.....	5
Gambar 2.1 Tahap Proses Keputusan Pembelian .....	14
Gambar 2.2 Model Penelitian .....	28

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. *Output* SPSS Profil Responden dan *Screening Test*

Lampiran 3. Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 4. *Output* SPSS Uji Kelayakan Instrumen Penelitian

Lampiran 5. *Output* SPSS Uji Asumsi Klasik

Lampiran 6. Bukti Pengisian Kuesioner

Lampiran 7. Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 8. Surat Bebas Plagiarisme

Lampiran 9. Persentase Hasil Plagiarism

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam beberapa tahun yang lalu, persaingan pada industri kendaraan bermotor dikatakan sangat ketat. Ini terjadi karena dominasi sepeda motor Jepang di Indonesia dan masuknya pabrikan dari Malaysia (Bimo & Sukendro, 2019). Berdasarkan pernyataan Ketua Asosiasi Industri pada Sepeda Motor Indonesia (AISI), menyatakan bahwa sepeda motor menghasilkan lebih dari 30% dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) melalui pajak dalam menunjang perekonomian di Indonesia. Jumlah motor konvensional terus bertambah setiap tahun, yang berdampak pada meningkatnya polusi udara dikarenakan gas emisi motor tersebut (Sudarti *et al.*, 2022).

Emisi CO<sup>2</sup> di Indonesia meningkat sebesar 18% sebagai akibat dari adanya peningkatan emisi pada pembangkit listrik, transportasi, dan industri dari 2012 hingga 2017. banyak upaya yang telah digunakan dalam menurunkan penggunaan energi fosil dalam transportasi darat (Fahmi *et al.*, 2022). Salah satunya adalah menggunakan motor listrik. Sepeda motor listrik adalah teknologi baru yang ditanggapi memiliki dampak positif dalam lingkungan masyarakat (Berliandaldo & Prasetio, 2022). Keunggulan motor listrik dibandingkan dengan transportasi yang berbahan bakar mesin pada motor

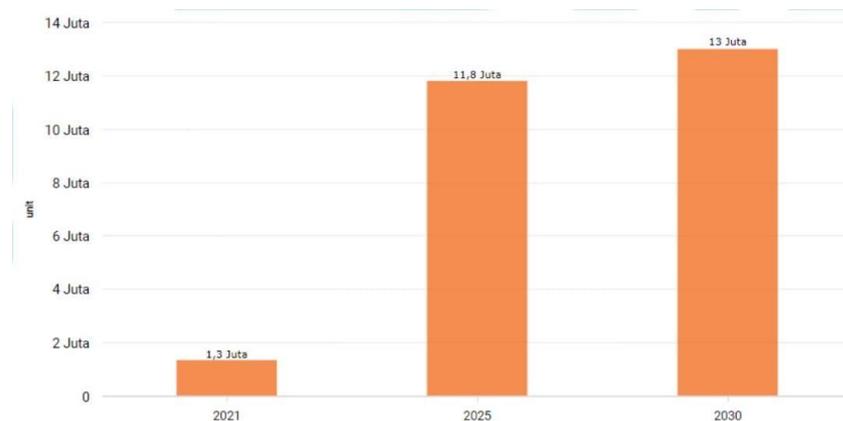
konvensional adalah mereka tidak memproduksi gas emisi buang. Sementara itu, motor listrik membantu pengembangan masa depan dalam keunggulan energi dengan emisi yang kecil.

Kepedulian masyarakat Indonesia yang masih rendah tentang efek jangka panjang penggunaan sepeda motor konvensional dan banyak masyarakat yang ragu untuk memiliki sepeda motor listrik disebabkan oleh faktor infrastruktur yang dianggap masih kurang memadai menjadi alasan yang gamblang

Selain kesiapan infrastruktur dari pemerintah, perhatian *after-sales*, daya tahan baterai, dan harga sebuah kendaraan menjadi salah satu akar penyebab mengapa penetrasi pasar kendaraan listrik di Indonesia sangat lambat.

**Gambar 1.1**

**Prediksi Jumlah Motor Listrik Di Indonesia (2021-2030)**



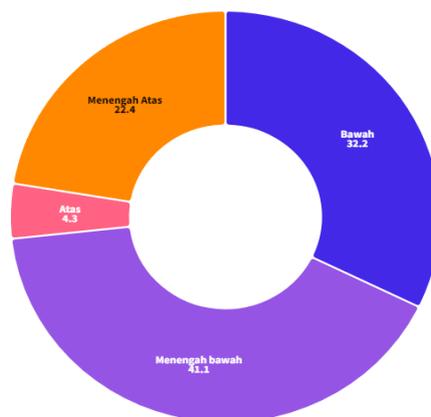
Sumber: Databoks.com (Diakses pada tanggal 14 November 2023)

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat dikatakan bahwa jumlah kendaraan motor listrik di Indonesia diperkirakan akan tumbuh menjadi 11,8 juta unit, dan diperkirakan akan terus bertambah hingga mencapai 13 juta unit pada tahun 2030. Penilaian skeptis terhadap kendaraan listrik di Indonesia masih terjadi karena persepsi faktor jarak tempuh yang terbatas untuk baterai, tidak tersedianya stasiun pengisian listrik umum (SPLU), biaya produksi, dan lama waktu pengisian kendaraan listrik dibandingkan dengan menggunakan kendaraan berbahan bakar minyak konvensional (Ajanovic & Haas, 2019). Masalah ini memberikan kendala dalam meningkatkan minat masyarakat untuk mengadopsi sepeda motor listrik yang dapat mempengaruhi permintaan atau pembelian masyarakat.

### Gambar 1.2

#### Peminat Motor Listrik berdasarkan Kelas Sosial Ekonomi

Peminat Motor Listrik Berdasarkan Kelas Sosial Ekonomi



Source: Litbang Kompas

Sumber: litbangkompas.com (Diakses pada 14 November 2023)

Berdasarkan Gambar 1.2, dapat disimpulkan bahwa peminat motor listrik berdasarkan kelas sosial ekonomi tertinggi berada pada tingkat menengah kebawah sebesar 41,1%, disusul oleh tingkat masyarakat bawah sebesar 32,2%, pada tingkat ekonomi menengah ke atas 22,4% dan tingkat kelas ekonomi keatas yaitu 4,3%. Walaupun tingkat penjualan sepeda motor listrik masih tergolong rendah, tetapi banyak masyarakat pada kelas ekonomi menengah kebawah yang tertarik terhadap motor listrik. Menurut data Kementerian Perindustrian, penjualan sepeda motor listrik hanya 1.678 unit dari Januari hingga Maret 2023. Namun, sebagai akibat dari penerapan harga yang berbeda, penjualan naik 226% menjadi 5.471 unit dari April hingga Juli 2023.

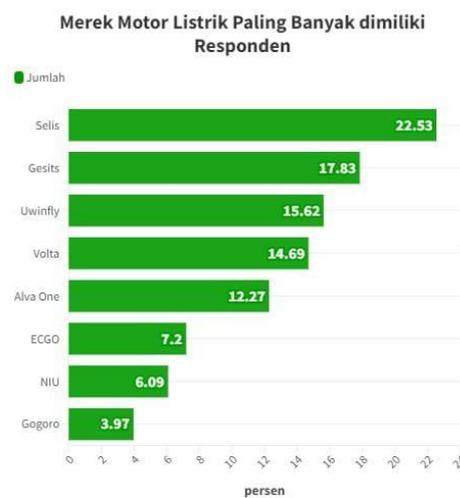
Sebagai kendaraan yang ramah lingkungan dan hemat bahan bakar, motor listrik telah menarik perhatian masyarakat Indonesia. Untuk meningkatkan penggunaan dan penjualan motor listrik, pemerintah memberikan subsidi sebesar Rp 7 juta per unit.

Tiga merek Gesits, Volta, dan Selis menerima subsidi untuk penjualan motor listrik baru sebanyak 200 ribu unit mulai 20 Maret 2023. Penerima subsidi merupakan masyarakat kelas menengah ke bawah yang dianggap belum secara maksimal digunakan karena beberapa hal seperti, harga pada sepeda motor listrik yang masih dikatakan mahal walau dengan harga subsidi, belum terlihatnya keyakinan durabilitas dan harga jual bekas yang berada di pasar kendaraan bekas, dan pengisian listrik di rumah yang dapat meningkatkan pengeluaran listrik.

Republika melakukan survei tentang sepeda motor listrik untuk mengetahui merek motor listrik yang paling populer di Indonesia. Survei dilakukan selama tujuh hari di *platform* ([ekonomi.republika.co.id](http://ekonomi.republika.co.id)) dan 3.349 orang berpartisipasi. Hasilnya menunjukkan bahwa dari delapan merek motor listrik, tiga merek motor listrik berada di atas.

**Gambar 1.3**

### Merek Motor Listrik yang paling populer



Sumber: SurveyRepublika (Diakses pada tanggal 16 Maret 2024)

Berdasarkan Gambar 1.3 dapat dikatakan bahwa Selis menduduki peringkat paling atas sebagai sepeda motor listrik pilihan responden sebesar 22,33%. Selain itu, disusul merek Gesits sebagai peringkat kedua sebesar 17,83%. Kemudian peringkat ketiga diambil oleh merek Uwinfly sebesar 15,62% dan Volta sebesar 14,69 persen. Di peringkat terakhir terdapat merek Gogoro sebesar 3,97%, lalu NIU 6,09%, dan ECGO sebesar 7,20%. Dan Motor listrik Alva One berada di peringkat kelima sebesar 12,27%.

Kualitas produk yaitu karakteristik pada produk atau layanan yang bergantung pada kemampuan suatu produk dan layanan untuk memenuhi keinginan konsumen, baik dinyatakan secara langsung maupun tidak langsung (Kotler & Armstrong, 2018:261). Selain itu, Wijaya (2018:9) menyatakan bahwa kualitas produk ialah menggabungkan atribut barang serta jasa yang dirancang, diproduksi dan dipelihara dengan cara memastikan bahwa barang dan jasa tersebut digunakan untuk memenuhi harapan konsumen atau pembeli.

Pada motor listrik Selis terdapat beberapa hambatan dan masalah yang dihadapi, hal ini dilihat dari kutipan (Detiknews, 2023) dan juga survey awal antara lain:

**Tabel 1.1**

**Fenomena pada Variabel Kualitas Produk**

Indikator	Masalah / Fenomena
	- Respon pelayanan perbaikan atau home service yang lama
Kehandalan	- Motor listrik selis cepat panas yang berakibat tidak bisa jalan
Daya Tahan	- Kumparan baterai dan dinamo yang cepat panas menyebabkan kumparan dinamo tersebut cepat rusak dan performanya menurun
Ketepatan	- Sparepart yang tak kunjung tersedia - Masalah indikator pada layar yang menyebabkan susah

---

dalam menentukan daya pada baterai

- Speedometer yang datar dan pijakan yang licin

---

- Susah dalam mereparasi bengkel di Palembang karena  
cuma ada 1 bengkel

Kemudahan - Montir yang bekerja di bengkel hanya 1 orang yang  
berdampak pada kinerja dan kepuasan konsumen motor  
listrik Selis tersebut

---

Data Pendukung berupa Screenshotan antara lain :

**@ahmadqadir1971** • 1 thn lalu

Sayangnya garansi battery dari selis terlalu singkat. Kedepannya, pastikan garansi battery itu agak lama semisa 3 tahun atau 5 tahun termasuk daya tahan dari mesin motor unitnya sendiri bisa bergaransi lebih lama.

5



**Komentar**

Teratas Terbaru

**1 balasan**

**@zaenalabidin2353** • 8 bln lalu

Baru pakai selis e-max,ada bunyi di sekitar setir,krengkek krengket,dan kalo di pakai ngebut stirnya goyang2,itu kenapa ya?mohon info untuk solusinya

1 balasan

**@alveox** • 9 bln lalu

Beruntung emaxnya bagus. Saya baru beli emax



**Balasan**

**@harmadinagany** • 2 thn lalu (diedit)

Saya baru ambil E-Max satu bulan lebih, menurut saya kekurangannya selain yg disebut adalah ada di bagian setang/speedometernya kalo lagi riding siang terik itu pantulan sinar mataharinya pas kena area mata, pantulannya berasal dari tabung minyak rem. Karena tabung minyak rem memakai warna silver/stainless jadi begitu kena sinar pantulannya silau sekali ke area mata, tabungnya bisa dimodifikasi dengan warna gelap. Juga bagian speedometer saya rasa terlalu datar, sudut kemiringannya bisa ditambah lagi dan sebaiknya bisa lebih tertutup jadi saat riding siang speedometer bisa terlihat jelas.

Bagian bawah pijakan/karpet menurut saya licin karena menggunakan stainless di area telapak kaki, lebih baik semuanya plastik dan dilapis karpet karet macam Honda Vario atau motor matic yang lainnya jadi pijakannya tidak licin.

Next buat video cara mencuci/bersihkan motornya dong bli.

Terima kasih

2

Oleh karena itu, kemampuan produk dalam melakukan fungsinya seperti daya tahan, ketepatan, kehandalan dan kemudahan dapat didefinisikan dalam kualitas produk.

Salah satu cara untuk mempertahankan pasar yaitu konsumen terhadap produk adalah dengan memberikan layanan purna jual yang baik. Konsumen akan merasa puas dan percaya apabila produk yang dibelinya memiliki layanan purna jual yang baik. Pada Layanan purna jual motor listrik Selis ini sudah ada bengkel resminya yaitu di Jalan Jenderal Sudirman No.234, 18 Ilir, Kecamatan Ilir Timur 1, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Berdasarkan hasil survey awal ternyata kondisi bengkel tersebut masih baru dan tenaga montirnya hanya 1 orang dan 1 kasir serta kunjungan konsumen perbulannya hanya 3-4 orang saja.

Sementara itu, dalam penerapannya layanan purna jual dinilai kurang efektif dalam menangani keluhan pelanggan seperti pemeliharaan yang kurang memadai yang mengakibatkan kabel motor listrik terlepas, pelayanan perbaikan yang belum memadai seperti montirnya hanya 1 orang saja kerusakan yang berulang pada pemakaian setahun seperti kerusakan di baterai serta garansi charger dan controllernya hanya tiga bulan saja. Pelayanan purna jual yang diberikan oleh perusahaan setelah penjualan yaitu dengan cara memberikan garansi, *framepart*, menyediakan sparepart, layanan reparasi, dan instruksi penggunaan. Terkait dengan pertumbuhan komunikasi, masih banyak konsumen yang merasa belum puas akan pelayanan tersebut, karena itu, setiap

perusahaan harus mengantisipasi upaya mereka terutama untuk memberikan layanan terbaik kepada konsumen.

Keputusan pembelian merupakan salah satu aspek dari perilaku konsumen yang mencakup tindakan yang secara langsung terlibat dalam proses membeli, menentukan barang dan jasa, serta proses pengambilan keputusan yang mendahului serta mengikuti tindakan tersebut. Keputusan pembelian adalah suatu proses yang dimulai sebelum keputusan itu diambil dan berakhir setelah keputusan itu diambil (Tjiptono, 2022). Sedangkan menurut (Keller, 2016) mengatakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari memeriksa atau mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan, mencari informasi, menilai sumber-sumber yang memilih terhadap alternatif pembelian, membuat keputusan pembelian dan bertindak setelah pembelian.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Haryanto (2023) menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, penelitian yang dilakukan oleh (Susanti, 2020) dengan hasil bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan, Harga dan Citra Merek berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sementara itu, secara parsial bauran pemasaran yaitu produk, tempat dan promosi terdapat pengaruh yang signifikan tetapi tidak untuk harga, serta penelitian yang diteliti oleh Pratama (2023) menunjukkan bahwa *brand image*, kualitas produk memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian,

sementara itu *after sales service* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan dari fenomena serta temuan penelitian sebelumnya, peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk dan *After Sales Service* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Listrik Selis di Kota Palembang**”.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Motor Listrik Selis di Kota Palembang.
2. Apakah *After Sales Service* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Motor Listrik Selis di Kota Palembang.

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor listrik di Kota Palembang.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *After Sales Service* terhadap keputusan pembelian sepeda motor listrik di Kota Palembang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

##### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber belajar dan implementasi ilmu pengetahuan di bidang manajemen, serta menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut tentang manajemen di bidang pemasaran di masa depan.

##### 2. Bagi Civitas Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya tentang bagaimana kualitas produk dan *after sales service* mempengaruhi keputusan pembelian.

##### 3. Bagi Manajemen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan kepada manajemen tentang bagaimana kualitas produk dan *after sales service* mempengaruhi keputusan pembelian yang dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan.

##### 4. Bagi Investor dan Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menyajikan informasi tambahan bagi masyarakat dan investor mengenai dampak kualitas produk dan *after sales service* terhadap keputusan pembelian, sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi.

## **E. Sistematika Penulisan**

Agar penulisan skripsi ini sejalan dengan tujuan penelitian, maka penulisan skripsi ini dibagi dalam lima bab dengan susunan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini mencakup latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi teori-teori terkait variabel yang dipermasalahkan dalam penelitian ini yaitu Kualitas Produk, *After Sales Service* dan Keputusan Pembelian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini, meliputi jenis penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, definisi operasional, teknik analisis, data serta pengujian hipotesis.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan proses analisa data yang mencakup data penelitian, hasil analisis data, hasil pengujian hipotesis serta pembahasan mengenai objek penelitian.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian serta saran berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Teori Planned Behavior (TPB)**

Teori perilaku terencana (Theory of Planned Behavior), juga dikenal sebagai TPB adalah model sikap yang memperkirakan keinginan pelanggan dalam melakukan suatu tindakan atau perilaku tertentu. TPB seperti dikatakan oleh Ajzen (1991) dalam Khotimah (2016) menunjukkan minat (niat perilaku) memengaruhi perilaku manusia terlebih dahulu (Sumarwan, 2011).

**Gambar 2.1**

#### **Tahap Proses Keputusan Pembelian**



Sumber : Kotler & Keller (2019)

Menurut (Kotler & Keller, 2019), dikatakan bahwa proses pengambilan keputusan mencakup lima tahapan, tahap pertama merupakan pengenalan masalah, selanjutnya tahap kedua adalah pencarian informasi, pada tahap ketiga konsumen melakukan evaluasi alternatif, tahap keempat merupakan tahap dimana konsumen meimbuat keputusan, dan yang terakhir merupakan perilaku pasca pembelian

- 1) Pengenalan masalah adalah dimana pembeli menyadari terdapat adanya masalah atau kebutuhan yang disebabkan oleh stimulus atau dari dalam maupun dari luar. Ketika kebutuhan sudah diketahui, maka pelanggan juga memahami kebutuhan yang tidak perlu segera dipenuhi, permasalahan yang bisa ditunda, serta kebutuhan yang perlu segera dipenuhi. Maka dari sinilah proses pembelian dimulai.
- 2) Pencarian informasi, merupakan suatu proses dimana konsumen tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut, dimana konsumen cukup meningkatkan perhatiannya atau aktif mencari informasi.
- 3) Evaluasi alternatif, adalah proses pengambilan keputusan di mana pembeli menggunakan informasi untuk mengevaluasi penyedia layanan alternatif yang berbeda
- 4) Keputusan pembelian, adalah kegiatan dimana konsumen terlibat langsung dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh pihak penyedia produk atau jasa
- 5) Perilaku pasca pembelian, merupakan tindakan yang dilakukan konsumen setelah membeli dan menggunakan suatu produk atau jasa yang diminati penyedia barang atau jasa. Tugas seorang pemasar tidak berakhir pada penjualan suatu jasa, tetapi berlanjut setelah pembelian dilakukan sehingga konsumen dapat mengambil keputusan pembelian ulang.

## **B. Kualitas Produk**

### **1. Definisi Kualitas Produk**

Menurut Kotler & Armstrong (2018:261), dikatakan bahwa kualitas produk adalah Karakteristik produk atau layanan yang menentukan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sedangkan menurut Wijaya (2018:9) kualitas produk mencakup keseluruhan karakteristik barang dan jasa yang dipandang dari perspektif pemasaran, rekayasa, produksi, dan pemeliharaan yang menjadikan barang dan jasa tersebut dapat memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Selain itu, menurut Runtuwun & Oroh (dalam Umami dkk, 2019:251) dikatakan bahwa kualitas produk yaitu kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi tertentu, seperti kehandalan, daya tahan, kemudahan operasi, ketepatan, kebaikan, dan atribut lainnya yang penting. Semakin Baik kualitas suatu produk akan membuat konsumen tertarik pada produk kita. Dari ketiga definisi menurut para ahli, penulis menyimpulkan bahwa kualitas produk dapat didefinisikan sebagai keseluruhan karakteristik barang, jasa, atribut, dan pemeliharaan barang yang berkaitan dengan kemampuannya dalam melakukan fungsi, ketepatan, kebaikan, serta nilai-nilai lain yang dapat memenuhi harapan pelanggan.

### **2. Indikator Kualitas Produk**

Indikator Kualitas Produk menurut Kotler & Armstrong (2012:283) adalah:

- a. Daya Tahan (Durability)

Terkait dengan jangka waktu penggunaan produk tersebut dapat terus digunakan.

b. Keandalan (Reliability)

Kemungkinan rendah untuk mengalami kerusakan atau kegagalan penggunaan.

c. Ketepatan dengan spesifikasi

Seberapa baik karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

d. Kemudahan Pengoperasian

Mencakup adalah kecepatan, kompetisi, kenyamanan, kemudahan operasi, dan penanganan keluhan yang memuaskan.

### **3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk**

Menurut Wijaya (2018:13) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas produk yaitu sebagai berikut:

a. Desain yang bagus

Desain harus original serta menarik bagi selera konsumen, contohnya dengan menyempurnakan desain untuk menciptakan kesan yang berkelas.

b. Keunggulan dalam persaingan

Produk harus memiliki keunggulan baik dalam fungsi maupun desainnya dibandingkan produk-produk sejenis.

c. Daya tarik fisik

Produk harus memikat panca indera (menyenangkan untuk disentuh atau dirasakan) harus memiliki penampilan yang baik dan estetika yang indah.

d. Keaslian (orisinalitas)

Produk turunan atau tiruan menunjukkan kualitas turunan yang tidak sebaik produk asli

### ***C. After Sales Service***

#### **1. Pengertian *After Sales Service***

Layanan purna jual adalah pelayanan yang diberikan kepada konsumen oleh perusahaan setelah terjadi proses transaksi (Kotler, 2022). Menurut Tjiptono (2014:85), mendefinisikan layanan purna jual sebagai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan secara khusus kepada konsumen setelah terjadinya proses transaksi. Perusahaan melakukan layanan purna jual untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, menjalin kerja sama dengan pelanggan, mempertahankan hubungan yang baik, dan menumbuhkan loyalitas pelanggan. Selain itu, ada beberapa strategi yang dapat diterapkan perusahaan untuk mengurangi ketidakpastian seperti menyediakan layanan purna jual seperti garansi untuk menurunkan persepsi resiko pembelian oleh konsumen, layanan reparasi, serta penyediaan suku cadang pengguna. Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa layanan purna jual merupakan

pelayanan yang diberikan produsen sebagai jaminan dan hubungan antara mereka dan pembeli setelah mereka membeli barang.

## **2. Indikator Layanan Purna Jual**

Layanan Purna Jual memiliki beberapa indikator yang dikemukakan oleh (Kotler, 2011) adalah sebagai berikut:

### **a. Garansi**

Garansi menunjukkan bahwa produk dalam kondisi baik atau tidak rusak selama jangka waktu tertentu karena kesalahan kerja atau penggunaan bahan yang buruk dalam jangka waktu tertentu.

### **b. Penyediaan Suku Cadang**

Penyediaan suku cadang merupakan bagian dari aset persediaan yang dimiliki perusahaan yang disimpan untuk digunakan saat diperlukan perbaikan dan penambahan suku cadang, yang dianggap sebagai bagian penting dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

### **c. Pemeliharaan**

Jasa layanan pemeliharaan dibutuhkan untuk produk yang perlu disimpan dalam jangka waktu yang lama dan perawatan rutin diperlukan untuk menjaga fungsinya.

### **d. Pelayanan Perbaikan**

Memberikan layanan perbaikan atau perawatan untuk produk yang mengalami kerusakan atau memiliki cacat

### **3. Manfaat Layanan Purna Jual**

Menurut Swasta (2010:152), ada beberapa manfaat layanan purna jual pada perusahaan sebagai berikut:

- a. Ketersediaan sering kali menjadi faktor penting dalam mendapatkan penjualan awal. Misalnya, terdapat dua penawaran dengan karakteristik fisik yang serupa, tetapi salah satunya menjanjikan layanan purna jual kepada pembeli, maka yang akan dipilih oleh konsumen yaitu produk yang memiliki layanan purna jualnya.
- b. Layanan purna jual dapat mempertahankan pelanggan yang ada jika diberikan secara wajar dan pada kondisi yang tepat.
- c. Memberikan peluang bagi bisnis dalam mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggannya yang memungkinkan akan meningkatkan jumlah penjualan.
- d. Menjadi bagian penting dari menjamin bahwa pelanggan menerima produk baru, terutama mereka yang mementingkan layanan tersebut
- e. Layanan purna jual juga dapat mencakup informasi yang berguna untuk membuat produk lebih baik.

## **D. Keputusan Pembelian**

### **1. Pengertian Keputusan Pembelian**

Selain itu, menurut Firmansyah (2018) menyatakan bahwa keputusan pembelian yaitu suatu proses menentukan berbagai pilihan untuk membuat keputusan tentang pembelian tertentu. Sedangkan, menurut Indrasari (2019)

keputusan pembelian adalah aktivitas individu berhubungan yang berhubungan langsung dengan keputusan pembelian yang dibuat oleh seseorang untuk membeli produk yang ditawarkan oleh penjual. Dari ketiga pernyataan tersebut penulis ingin menyimpulkan yaitu keputusan pembelian melibatkan serangkaian tahapan yang dilakukan oleh konsumen untuk memilih produk, memilih berbagai alternatif tindakan, dan berhubungan langsung dengan aktivitas pembelian produk yang ditawarkan oleh penjual lalu menganalisis berbagai macam opsi saat membuat keputusan pembelian.

## **2. Indikator Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler & Keller (2016:183) terdiri dari beberapa indikator dalam keputusan pembelian sebagai berikut:

### **a. Pengenalan Masalah**

Pada tahap pertama proses pengambilan keputusan pembeli, pembeli mengidentifikasi masalah atau kebutuhan. Pada tahap ini, pemasar harus menyelidiki dan memahami jenis kebutuhan yang mendorong pembeli untuk membeli barang atau jasa perusahaan mereka.

### **b. Pencarian Informasi**

Pada tahap proses pengambilan keputusan pembeli, konsumen mungkin hanya meningkatkan perhatian atau mungkin aktif mencari informasi dari catatan mereka.

### **c. Evaluasi Alternatif**

Proses pengambilan keputusan pembeli di mana pelanggan menggunakan informasi untuk membandingkan berbagai merek dalam

sekelompok pilihan. Mereka akan membandingkan fitur fisik produk, bobot kepentingan, kepercayaan terhadap merek, fungsi kegunaan, dan tingkat kesukaan.

d. Keputusan Pembelian

Tahap proses pengambilan keputusan pembeli di mana pembeli membeli barang.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana pembeli bertindak sesuai dengan kepuasan atau ketidakpuasan mereka setelah membeli barang. Konsumen dapat menentukan apakah mereka puas atau tidak dengan kinerja dan harapan mereka.

### **3. Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler & Keller (2016), terdapat unsur-unsur yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu :

a. Faktor budaya, yang terdiri dari :

Budaya, adalah ketika seseorang memperoleh seperangkat keyakinan, persepsi, dan perilaku melalui keluarganya dan institusi terkait lainnya dan Sub-Budaya, yang mencakup agama, ras, kebangsaan dan lokasi geografis.

b. Faktor social yang umumnya permanen termasuk keluarga, kelompok referensi, peran dan status.

c. Faktor pribadi, seperti faktor usia, pekerjaan, ruang lingkup keuangan, gaya hidup, dan konsep diri memengaruhi keputusan pembelian.

- d. Faktor psikologis, dipengaruhi oleh keputusan pembelian yang terdiri dari sikap, keyakinan, motivasi, persepsi dan pembelajaran.

## E. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pemilik Sepeda Motor Listrik di Purwokerto)	- Harga - Kualitas Produk - Desain Produk - Keputusan Pembelian	Hasil penelitian ini adalah kualitas produk, harga, dan desain produk sebagian memiliki pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian. T-statistik kualitas produk adalah 2,449 dan nilai signifikansi 0,016. Selain itu, t-statistik harga adalah 3,963 dengan nilai signifikansi 0,000. Terakhir t-statistik desain produk adalah 2,276 dengan nilai signifikansi 0,025.
Totok Haryanto (2023) di Jurnal Internasional Kesehatan, Ekonomi dan Ilmu Sosial (IJHESS) 5(4)		

Pengaruh	Kualitas	-	Kualitas Produk	Hasil penelitian menunjukkan
Produk,	Harga dan	-	Harga	bahwa Kualitas Produk tidak
Citra Merek Terhadap	-	Citra Merek	berpengaruh dan tidak	
Keputusan Pembelian	-	Keputusan	signifikan terhadap Keputusan	
<i>Fashion 3second</i> di	-	Pembelian	Pembelian. Sedangkan, Harga	
<i>Marketplace</i> (Studi			dan Citra Merek berpengaruh	
pada Mahasiswa			dan signifikan terhadap	
Pengguna <i>Fashion</i>			Keputusan Pembelian	
<i>3second</i> Di Kota				
Semarang)				
Farisa dan Susanti				
(2020) di Prosiding				
Seminar Nasional				
UNIMUS				
Volume 3				
Analisis	pengaruh	-	Promosi	Penelitian membuktikan
Promosi,	Harga,	-	Harga	bahwa ketiga variabel
Kualitas Produk dan	-	Kualitas Produk	independen tersebut yaitu	
Layanan Purna Jual	-	Layanan Purna	harga, kualitas produk dan	
Terhadap Keputusan		Jual	layanan purna jual memiliki	
Pembelian Sepeda			pengaruh positif dan signifikan	
Motor Honda (Studi			terhadap variabel dependen	
Kasus pada			adalah keputusan pembelian	

---

<p>Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang)  Sutopo (2011)</p>	<p>sepeda motor Honda.  Sedangkan salah satu variabel independen adalah promosi tidak berpengaruh signifikan bagi responden dalam menentukan keputusan pembelian sepeda motor Honda.</p>
---	--

---

<p>Pengaruh Distribusi Layanan Purna Jual, Citra Merek dan Fanatisme Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota di Banjarmasin  Abul Hasan Asy'ari (2015) di Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis Volume 4, No.</p>	<p>- Layanan Purna Jual  - Citra Merek  - Distribusi  - Keputusan Pembelian</p>	<p>Hasil penelitian menampilkan bahwa variabel Distribusi, Layanan Purna Jual, Dan Citra Merek, tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Sedangkan variabel Fanatisme Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.</p>
--	---	--

---

3

## **F. Pengembangan Hipotesis**

### **1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Listrik Selis di Kota Palembang**

Kualitas produk adalah salah satu penilaian yang digunakan oleh konsumen dalam melihat satu produk. Secara umum, konsumen fokus pada kemampuan suatu produk tertentu ketika sedang menjalankan fungsinya, yang terdiri dari daya tahan, kehandalan, keakuratan produksi, kemudahan penggunaan dan perbaikan, serta karakteristik produk berharga lainnya. Perusahaan yang dapat memuaskan sebagian besar kebutuhan pelanggan dari waktu ke waktu disebut perusahaan yang berkualitas. Semakin tinggi nilai kualitas produk maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Marsyaf (2017) menunjukkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Selain itu, dalam penelitian Juwito (2019) didapati hasil serupa, yaitu Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sejalan dengan dua penelitian di atas, peineilitian yang dilakukan Syarif (2018) menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil temuan ini, maka penulis menentukan hipotesis pertama pada penelitian ini yaitu

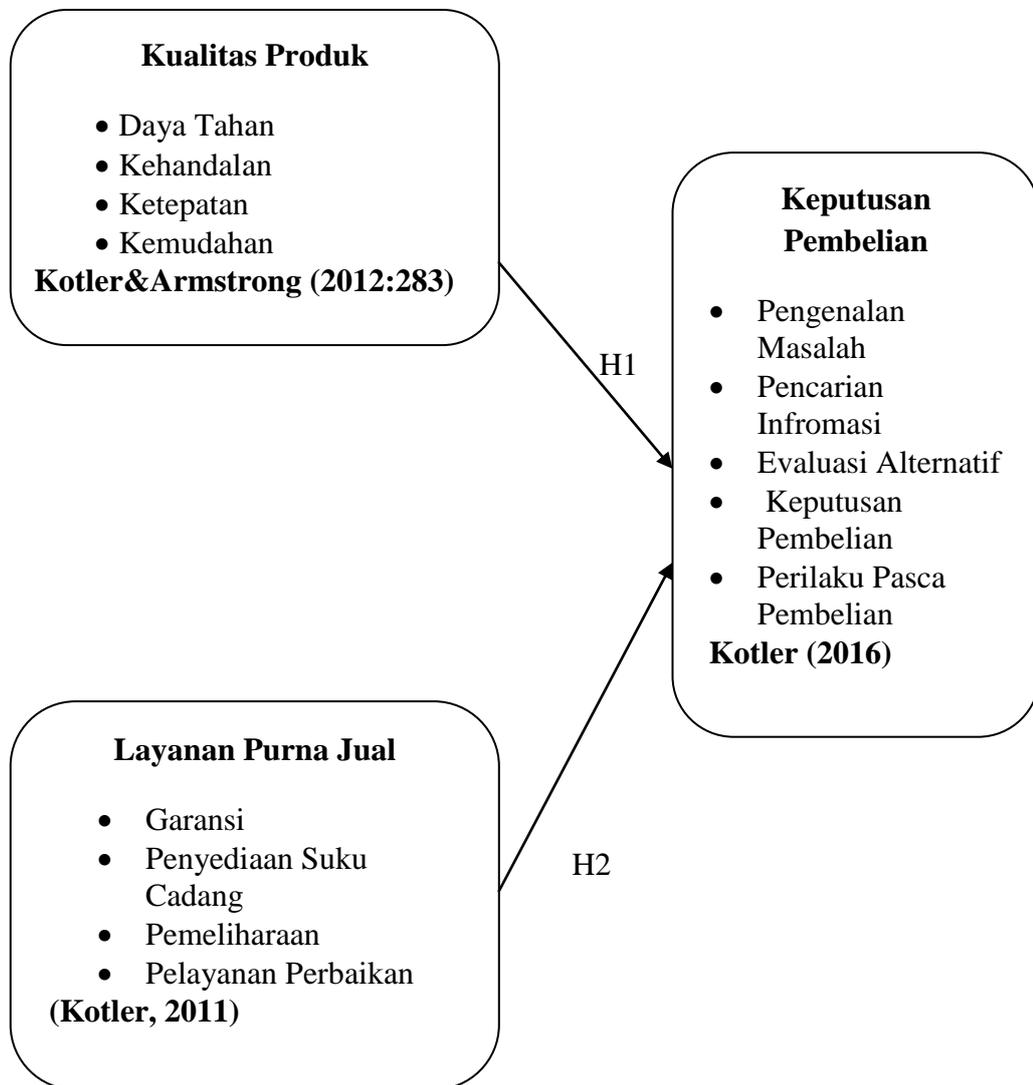
**H<sub>2</sub>: Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Listrik Selis di Kota Palembang**

## **2. Pengaruh Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Listrik Selis di Kota Palembang**

Layanan purna jual yaitu pelayanan yang harus diberikan produsen kepada pelanggan saat konsumen membeli produknya. Manajemen pemeliharaan yang baik penting bagi perusahaan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan pelanggan. Jika pelayanan purna jual tidak begitu memuaskan atau kurang baik tentu dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Kurniawan (2015) melakukan penelitian yang menemukan bahwa layanan purna jual berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Sejalan dengan penelitian Kurniawan, pada penelitian Yudi (2020) juga terdapat kesimpulan bahwasannya layanan purna jual berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Hasil penelitian lainnya dari Sayid (2018), ditemukan hasil jika variabel layanan purna jual berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Oleh karena itu, penulis menentukan hipotesis kedua, yaitu

**H<sub>3</sub> : Layanan Purna Jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Listrik Selis di Kota Palembang**

**Gambar 2.2**  
**Model Penelitian**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, yaitu menggunakan teknik regresi berganda. Sugiyono (2021:16) mengatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian berdasarkan *positivisme*. Metode ini digunakan dalam studi populasi atau sampel tertentu. Dalam penelitian kuantitatif, instrumen penelitian digunakan untuk mengumpulkan data dan data tersebut dianalisis secara kuantitatif atau statistik. Sesuai dengan jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif, dan juga sesuai tema penelitian yaitu Kualitas Produk dan *After Sales Service* pada Keputusan Pembelian Sepeda Motor Listrik Selis, maka data-data yang ada di dalam penelitian ini akan diolah dengan prosedur-prosedur statistik untuk mencapai tujuan penelitian.

#### **B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

##### **1. Populasi**

Menurut (Sugiyono, 2021:145), populasi didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan

kemudian diambil kesimpulannya. Populasi dapat terdiri dari orang dan benda-benda alam yang lainnya. Dan populasi mencakup lebih dari sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari mencakup atribut atau sifat yang dimiliki suatu objek atau subjek tersebut. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengguna Motor Listrik Selis.

## **2. Sampel**

Sampel menurut Sugiyono (2019:146) yaitu sebagian karakteristik serta jumlah total populasi yang ada di penelitian. Sampel dipilih dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang dapat digeneralisasi ke seluruh populasi. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah metode *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut :

1. Usia Responden minimal 17 tahun. Usia tersebut dianggap sudah mencapai sikap dewasa dalam hal pemikiran dan ketegasan dalam mengemukakan pendapat.
2. Responden telah melakukan pembelian pada produk Motor Listrik Selis
3. Responden telah menggunakan produk motor listrik Selis.
4. Responden telah melakukan service pada Motor Listrik Selis
5. Responden telah menikmati layanan jasa purna jual Motor listrik Selis.
6. Responden Harus Berdomisili di Kota Palembang

Agar pengambilan sampel sesuai dengan kriteria yang diharapkan maka akan dilakukan *screening question*, tujuan dilakukan *screening question* adalah agar responden yang tidak sesuai dengan kriteria tidak perlu mengisi kuisioner lebih lanjut. Ukuran responden yang layak dalam suatu penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 orang (Sugiyono, 2019:163). Dalam penelitian ini, ukuran responden yang digunakan adalah sebanyak 70 responden yang akan diteliti. Peneliti memilih 50 orang sebagai responden karena mengingat keterbatasan peneliti akan waktu, dan biaya dalam memperoleh data.

### **C. Jenis Data Penelitian**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder, menurut Sugiyono (2019:194) data primer adalah sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, seperti data yang dipilih dari responden melalui kuesioner atau hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan sumber. Data awal yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu data yang terkait dengan Kualitas Produk dan *After Sales Service*. Data primer didapatkan peneliti dari hasil jawaban responden pada kuesioner yang pernah membeli, menggunakan serta menikmati layanan purna jual pada produk motor listrik Selis. Menurut Sugiyono (2019:193), data Sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data sekunder penelitian ini adalah data

motor listrik, buku, artikel jurnal akademik, serta teori yang berkaitan dengan penelitian.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Langkah yang paling penting dalam penelitian adalah teknik pengumpulan data, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data Sugiyono (2020:101). Menggambarkan kuesioner sebagai metode pengumpul data di mana sekumpulan pernyataan atau pernyataan tertulis diberikan kepada responden untuk meminta jawaban mereka Sugiyono (2019:199). Dan juga responden yang akan mengisi kuesioner harus tepat dan cocok dengan kriteria yang telah ditentukan. Yaitu responden yang telah pernah membeli, menggunakan serta menikmati layanan purna jual pada produk Motor Listrik Selis dan usia minimal dari responden itu adalah 17 tahun serta berdomisili di Kota Palembang.

Kuesioner pada penelitian ini akan disebarluaskan melalui secara *online* kepada responden melalui berbagai media sosial seperti *WhatsApp* dan secara *offline* dengan bertemu secara langsung kepada responden yang cocok sesuai kriteria responden. Peneliti juga menyediakan tautan (link) *Google Form* yang akan disebarluaskan. Penelitian ini menggunakan Skala pengukuran dengan skala likert yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban. Skala likert menurut Sugiyono (2010:132) yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau

sekelompok orang tentang fenomena sosial dengan memiliki pilihan sebagai berikut :

Sangat Tidak Setuju : 1

Tidak Setuju : 2

Netral : 3

Setuju : 4

Sangat Setuju : 5

#### **E. Variabel dan Definisi Operasional**

Variabel penelitian adalah suatu sifat atau nilai seseorang, objek atau kegiatan, yang memiliki variasi tertentu yang telah ditentukan oleh penulis untuk dipelajari dan diambil kesimpulan tentangnya. Ada dua kategori variabel dalam penelitian ini, yaitu :

##### **1. Variabel Independen (X)**

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen (Y). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan *After Sales Service* ( $X_2$ )

##### **2. Variabel Dependen (Y)**

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, dikarenakan adanya variabel bebas atau juga dapat diartikan sebagai variabel yang

dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian (Y).

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel Kualitas Produk**

Variabel	Indikator	Pernyataan
Menurut Kotler & Armstrong (2018:261), kualitas produk adalah karakteristik produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, baik secara langsung maupun tersirat, disebut sebagai kualitas produk	Daya Tahan (Durability)	Motor Listrik Selis mempunyai daya tahan baterai yang awet dibandingkan pesaingnya
		Motor Listrik Selis memiliki pengisian daya yang lebih hemat (hanya 4 jam) dibandingkan motor listrik yang lain.
		Motor Listrik Selis memiliki rangka motor yang kokoh dibanding

		motor listrik yang lainnya
	Kehandalan (Reliability)	Motor Listrik Selis dapat diandalkan untuk transportasi sehari-hari  Motor Listrik Selis jarang terjadi kerusakan pada saat berkendara di jalan
	Ketepatan Dengan Spesifikasi	Motor Listrik Selis dapat menempuh jarak hingga 55km/jam yang sesuai dengan spesifikasi yang seharusnya diberikan oleh perusahaan  Motor Listrik Selis memiliki <i>Display Monytoring System</i> sisa Baterai yang jelas

	<p>terlihat</p> <p>Motor Listrik Selis memiliki <i>Display Monitoring</i> kecepatan kendaraan yang sesuai (55km/jam)</p> <p>Motor Listrik Selis memiliki <i>Display Monitoring</i> jarak tempuh yang akurat</p> <p>Motor Listrik Selis memiliki <i>Display Monitoring</i> lampu sen yang unik</p> <p>Saya membeli Motor Listrik Selis karena desain motornya yang simple dibandingkan motor listrik yang</p>
--	--

	lainnya
Kemudahan Pengoperasian	<p>Motor Listrik Selis memiliki peringatan pada indikator baterai pada saat melemah.</p> <p>Motor Listrik Selis menyediakan baterai cadangan jika terjadi mogok pada saat berada di jalanan</p> <p>Motor Listrik Selis terkenal dikarenakan perawatannya yang mudah seperti mengecek rutin baterai</p>

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel *After Sales Service***

Variabel	Indikator	Pernyataan
<p>Menurut Tjiptono (2014:85), purna jual adalah pelayanan yang diberikan khusus oleh perusahaan kepada konsumen setelah proses transaksi terjadi.</p>	<p style="text-align: center;">Garansi</p>	<p>Motor Listrik Selis memberikan jaminan layanan purna jual garansi 6 bulan free service pada Motor Listrik Selis</p> <p>Dealer Motor Listrik Selis memberikan jaminan kerusakan baterai dalam jangka waktu 6 bulan</p> <p>Dealer Motor Listrik Selis memberikan jaminan garansi kerusakan controller dinamo dalam jangka waktu 3 bulan</p>

	<p>Penyediaan Suku Cadang</p>	<p>Bengkel Motor Listrik Selis dapat menjamin ketersediaan suku cadang yang lengkap</p> <p>Bengkel Motor Listrik Selis memiliki suku cadang yang mudah ditemukan dibengkel.</p>
	<p>Pemeliharaan</p>	<p>Dealer Motor Listrik Selis memberikan layanan pemeliharaan produk berupa <i>turn-up</i> secara rutin</p> <p>Dealer Motor Listrik juga memberikan jasa perawatan rutin berupa penggantian baterai</p>

	yang soak
Pelayanan Perbaikan	Dealer Motor Listrik memberikan jasa reparasi (perbaikan motor) berupa perbaikan kampas rem  Dealer Motor Listrik Selis juga memberikan layanan perbaikan berupa perbaikan ban yang bocor

Tabel 3.3

## Operasional Variabel Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	Pernyataan
Menurut Sudirman, et al (2020) keputusan pembelian adalah serangkaian proses-proses yang diambil konsumen untuk	Pengenalan Kebutuhan	Saya mengetahui kebutuhan saya terhadap Motor Listrik Selis  Saya memiliki minat untuk mengenal Motor

<p>memilih atas suatu produk yang akan dibelinya, sampai ke tahap proses dimana seorang konsumen mendorong untuk membeli produk</p>		<p>Listrik Selis lebih jauh</p>
	<p>Pencarian Informasi</p>	<p>Saya mencari informasi mengenai Motor Listrik Selis di Kota Palembang</p> <p>Saya merasa tertarik untuk menggunakan membeli Motor Listrik Selis di Kota Palembang</p>
	<p>Evaluasi Alternatif</p>	<p>Saya mengevaluasi alternatif merek Motor Listrik Selis</p> <p>Saya mempertimbangkan untuk membeli Motor Listrik Selis dari yang</p>

	lain
Keputusan Pembelian	Saya tertarik untuk membeli Motor Listrik Selis  Saya juga memutuskan untuk membeli motor listrik Selis
Perilaku Pasca-Pembelian	Saya merasa senang setelah membeli Motor Listrik Selis  Saya juga dapat merekomendasikan Motor Listrik Selis ke orang lain

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2016:19) statistik deskriptif mendefinisikan gambaran maupun daya yang dapat diperhatikan dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian maksimum, minimum, *sum*, dan *range*.

## **2. Uji Validitas**

Uji validitas ditujukan untuk menilai valid atau tidak validnya penelitian. Survei dinilai valid apabila pernyataan dan kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Sugiyono, 2019:175). Uji kesesuaian produk diukur dengan mengkorelasikan skor produk dengan skor total seluruh produk yang tersedia. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan uji dua sisi pada tingkat signifikansi 0,05. Jika hasil menunjukkan  $r$  hitung  $\geq r$  tabel maka item pernyataan dinyatakan (valid), jika hasil menunjukkan  $r$  hitung  $\leq r$  tabel maka item pernyataan dinyatakan (tidak valid).

## **3. Uji Reliabilitas**

Menggunakan program IBM Statistic SPSS 26.0 for windows, variabel dikatakan baik apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha  $>$  dari 0,6 (Priyatno, 2013: 30). Variabel dinyatakan reliabel dengan kriteria berikut :

- a. Jika nilai Cronbach's Alpha  $>$  0,6 maka reliable
- b. Jika nilai Cronbach's Alpha  $<$  0,6 maka tidak reliable

## **4. Uji Asumsi Klasik**

### **a. Uji Normalitas**

Uji Normalitas dilakukan untuk menentukan apakah masing masing variabel memiliki distribusi normal. Uji normalitas sangat penting

karena untuk melakukan pengujian variabel lainnya diperlukan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Pada penelitian ini, metode *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk menguji normal atau tidak normalnya pengambilan keputusan dapat dilihat dari nilai *Asym Sig* dalam output SPSS. Apabila nilai dari *Asym Sig*  $> 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa data yang didapatkan berdistribusi normal, sebaliknya apabila hasil nilai dari *Asym Sig*  $< 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi tidak normal (Ghozali, 2013:160-165).

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Untuk mengetahuinya ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi tersebut adalah dengan cara dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya, dan variance inflation factor (VIF). Jika nilai tolerance  $> 0.10$  dan VIF  $< 10$  berarti tidak terjadinya multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi, sedangkan apabila nilai tolerance  $< 0.10$  dan VIF  $> 10$  maka terjadi multikolinearitas sehingga tidak bisa diolah lebih lanjut (Ghozali, 2013: 105-105).

### **c. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas adalah upaya untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan dalam model regresi dalam hal variabel residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Uji Heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan Uji Glejser (Ghozali, 2013:139-143). Apabila variance dari residual suatu pengamat ke pengamatan lainnya tetap, maka itu dapat disebut sebagai homoskedastisitas dan jika berbeda dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah bersifat homoskedastisitas atau tidak terjadinya heteroskedastisitas. Apabila nilai signifikansi  $>0.05$  maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas, tetapi jika nilai signifikansi  $<0.05$  maka akan terjadi heteroskedastisitas sehingga data tidak bisa diolah lebih lanjut untuk regresi berganda.

## **5. Analisis Regresi Linier Berganda**

Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Analisis regresi pada dasarnya adalah jenis analisis yang memeriksa bagaimana variabel dependen atau variabel terikat berhubungan dengan satu atau lebih variabel independen yang digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Selain itu, persamaannya adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Variabel Dependen Keputusan Pembelian

A : Konstanta Variabel

$\beta_1$  : Koefisien Regresi Kualitas Produk

$X_1$  : Variabel Independen Kualitas Produk

$\beta_2$  : Koefisien Regresi *After Sales Service*

$X_2$  : Variabel Independen *After Sales Service*

e : Standard Error/Sisa

## 6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2013;97) Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah ukuran seberapa jauh kemampuan model untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi berkisar antara nol dan satu. Karena dalam penelitian ini menggunakan variabel independen lebih dari satu yaitu Kualitas Produk ( $X_1$ ), *After Sales Service* ( $X_2$ ) dan maka koefisien determinasi yang dilihat dari nilai *adjusted*  $R^2$ . Ini menunjukkan bahwa kemampuan dari variabel independen sangat terbatas untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Dan ketika nilai dekat dengan satu variabel independen, hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen diberikan.

## **7. Uji Hipotesis**

### **a. Uji Statistik t**

Uji t digunakan sebagai alat untuk mengukur seberapa jauh pengaruh dari satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2013:98). Untuk melihat pengaruh dari variabel independen tersebut adalah sebagai berikut :

- a) Jika nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel, dan nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima yang berarti variabel independen mempengaruhi variabel dependen.
- b) Jika nilai t hitung lebih kecil dibandingkan dengan nilai t tabel dan nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak yang berarti tidak mempengaruhi variabel dependen.

### **b. Uji F**

Uji statistik F pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh yang secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2013:98). Untuk melihat pengaruh dari variabel independen secara bersama-sama adalah sebagai berikut :

- a) Jika nilai F hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai F tabel, dan nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima yang berarti semua variabel independen mempengaruhi semua variabel dependen.

- b) Jika nilai F hitung lebih kecil dibandingkan dengan nilai F tabel dan nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak yang berarti variabel independen secara bersama-sama tidak mempengaruhi variabel dependen.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas *Pre-Test* 30 Responden

Untuk mengumpulkan sampel dalam penelitian, peneliti menggunakan *Google Form* untuk menyebarkan kuesioner secara daring melalui media sosial. Peneliti juga menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden yang memenuhi kriteria pernyataan di Kota Palembang. Kuesioner tersebut diberikan kepada 30 responden awal sebagai bagian dari pengujian *Pre-Test* untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas.

**Tabel 4.1**

**Hasil Uji Validitas *Pre-Test* 30 Responden**

Variabel	Pernyataan	Sig.	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	1	0,096	Tidak Valid
	2	0,085	Tidak Valid
	3	0,012	Valid
	4	0,117	Tidak Valid

	5	0,026	Valid
	6	0,000	Valid
	7	0,000	Valid
	8	0,071	Tidak Valid
	9	0,002	Valid
	10	0,058	Tidak Valid
	11	0,533	Tidak Valid
	12	0,015	Valid
<i>After Sales Service</i>	1	0,000	Valid
(X2)	2	0,000	Valid
	3	0,037	Valid
	4	0,006	Valid
	5	0,257	Tidak Valid
	6	0,001	Valid
	7	0,001	Valid

	8	0,044	Valid
	9	0,006	Valid
Kepuasan Pembelian	1	0,005	Valid
(Y)	2	0,002	Valid
	3	0,381	Tidak Valid
	4	0,001	Valid
	5	0,025	Valid
	6	0,098	Tidak Valid
	7	0,098	Tidak Valid
	8	0,027	Valid
	9	0,318	Tidak Valid
	10	0,012	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2024)

Berdasarkan tabel 4.1, hasil uji validitas pada pengujian pre-test terhadap 30 responden adalah valid, tetapi beberapa indikator pertanyaan pada variabel Kualitas Produk (X1), *After Sales Service*

(X2) dan Keputusan Pembelian (Y) terdapat pernyataan yang melebihi dari 0,05 maka tidak valid karena seluruh item pernyataan kuesioner harus memiliki signifikansi  $< 5\%$  atau 0,05 agar dinyatakan valid.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Reliabilitas *Pre-Test* 30 Responden**

Variabel	Cronbach`s	Cronbach`s Alpha	Keterangan
	Alpha	Standard	
Kualitas			Tidak
Produk (X1)	0,575	0,600	Reliabel
After Sales			Tidak
Service (X2)	0,548	0,600	Reliabel
Keputusan			Tidak
Pembelian (Y)	0,375	0,600	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4.2, maka hasil uji reliabilitas yang dilakukan kepada 30 orang responden pada semua variabel dapat dinyatakan tidak reliabel karena hasil dari variabel Kualitas Produk sebesar 0,575, variabel After Sales Service senilai 0,548 dan variabel Keputusan Pembelian senilai 0,375, Sehingga nilai yang harus dicapai yaitu

Cronbach's Alpha > Cronbach's Alpha Standard (0,6) untuk dikatakan reliabel.

## **B. Hasil Pengumpulan Data Penelitian**

Pada penelitian ini data diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner secara online melalui google form dengan link berupa <https://forms.gle/XdYcXD1FrmmKPjdN8> yang disebarakan melalui media sosial seperti WhatsApp. Selain itu peneliti juga menyebarkan *Google Form* secara langsung kepada responden Motor Listrik Selis yang ada di Kota Palembang. Data yang didapatkan berasal dari jawaban responden yang memiliki motor listrik selis serta pernah menikmati layanan jasa purna jual yang diberikan motor listrik selis tersebut. Dalam penyebaran kuesioner melalui media sosial, Peneliti berhasil menyebarkan dan mengumpulkan sebanyak 70 kuesioner yang disebarakan melalui WhatsApp dan semua kuesioner yang diisi oleh responden cocok dengan syarat sampel penelitian.

### C. Karakteristik Responden

**Tabel 4.3**

**Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	24	34,3%
Perempuan	46	65,7%
Total	70	100%

Berdasarkan tabel 4.3, dapat dilihat bahwa jenis kelamin sebagian besar responden adalah perempuan yaitu sebesar 65,7%, sedangkan laki-laki hanya 34,3%.

**Tabel 4.4**

**Usia Responden**

Usia	Jumlah	Persentase
17-24	14	20%
25-32	34	48,6%
33-40	15	21,4%
>40	7	10%
Total	70	100%

Berdasarkan tabel 4.4, dapat dilihat bahwa usia sebagian besar responden adalah 25-32 tahun yaitu sebesar 48,6%, diikuti usia 17-24 tahun sebesar 20%, usia 33-40 tahun sebesar 21,4%, dan usia >40 tahun 10%.

**Tabel 4.5**  
**Pekerjaan Responden**

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	13	18,6%
Karyawan Swasta	44	62,9%
Pegawai Negeri	2	2,9%
Wirausaha	5	7,1%
Ibu Rumah Tangga	6	8,6%
Total	70	100%

Berdasarkan tabel 4.5, dapat dilihat bahwa pekerjaan sebagian besar responden adalah Karyawan Swasta yaitu sebesar 62,9%, diikuti oleh Pelajar/Mahasiswa sebesar 18,6%, Pegawai Negeri sebesar 2,9%, Wirausaha sebesar 7,1% dan juga Ibu Rumah Tangga sebesar 8,6%.

#### D. Statistik Deskriptif

**Tabel 4.6**

**Rata-Rata Jawaban Responden Mengenai Masing-Masing Variabel**

Variabel	Item	Rata-Rata	
		Per Item	Per Variabel
Kualitas Produk (X1)	X1.1	3.428571	3.565476
	X1.2	3.785714	
	X1.3	3.485714	
	X1.4	3.485714	
	X1.5	3.428571	
	X1.6	3.6	
	X1.7	3.642857	
	X1.8	3.414286	
	X1.9	3.614286	
	X1.10	3.371429	
	X1.11	3.842857	
	X1.12	3.685714	
After Sales Service (X2)	X2.1	3.685714	3.6
	X2.2	3.657143	
	X2.3	3.571429	
	X2.4	3.714286	
	X2.5	3.557143	

	X2.6	3.828571	
	X2.7	3.471429	
	X2.8	3.457143	
	X2.9	3.557143	
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	3.585714	3.611429
	Y2	3.528571	
	Y3	3.557143	
	Y4	3.614286	
	Y5	3.528571	
	Y6	3.414286	
	Y7	3.714286	
	Y8	3.714286	
	Y9	3.9	
	Y10	3.557143	

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4.6, variabel Kualitas Produk (X1) memiliki rata-rata tertinggi pada pernyataan X1.11 dengan angka 3,84. Dapat disimpulkan bahwa layanan yang diberikan berupa baterai cadangan yang disediakan produk Motor Listrik Selis dapat mempengaruhi Kualitas Produk. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian mereka sangat terpengaruh oleh layanan yang diberikan perusahaan terhadap produk tersebut. Di sisi lain, dengan skor rata-rata terendah sebesar 3,41 pada pernyataan X1.8, menunjukkan bahwa informasi mengenai *Display*

*Monitoring* lampu yang ada pada Motor Listrik Selis dianggap kurang unik.

Nilai rata-rata yang paling tinggi dalam variabel *After Sales Service* (X2) tercatat pada pernyataan X2.6 sebesar 3,82. Ini menunjukkan bahwa Motor Listrik Selis memberikan layanan pemeliharaan produk berupa *tune-up* atau *service* secara rutin kepada konsumen yang tentunya dapat menaikkan daya tarik minat konsumen terhadap produk Motor Listrik Selis. Terkait dengan pernyataan X2.9 yang mendapatkan skor rata-rata paling rendah yaitu 3,45, dimana ini berkaitan pada kurangnya layanan perbaikan berupa perbaikan terhadap ban yang bocor pada Motor Listrik Selis yang berdampak pada pengurangan atau penurunan angka pembelian.

Untuk variabel Keputusan Pembelian (Y), skor rata-rata yang tertinggi diperoleh dari pernyataan Y9, yaitu sebesar 3,9 yang menyatakan bahwa responden pada umumnya merasa senang setelah membeli produk Motor Listrik Selis tersebut. Di sisi lain, nilai rata-rata terendah pada variabel ini yaitu Y6, sebesar 3,41 yang menandakan bahwa responden kurang setuju dalam mempertimbangkan untuk membeli produk Motor Listrik Selis yang lain.

#### **E. Hasil Analisis Data**

Pengujian kualitas data terdiri dari uji validitas dan reliabilitas. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan dalam kuesioner

valid dan konsisten dalam mengukur variabel dependen dan independen.

Berikut adalah hasil uji validitas dan reliabilitas :

**a. Uji Validitas**

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	Sig.	Keterangan
<b>Kualitas Produk (X1)</b>	1	0,012	Valid
	2	0,007	Valid
	3	0,004	Valid
	4	0,001	Valid
	5	0,000	Valid
	6	0,000	Valid
	7	0,000	Valid
	8	0,000	Valid
	9	0,000	Valid
	10	0,000	Valid
	11	0,018	Valid
	12	0,001	Valid

<i>After Sales Service</i>	1	0,000	Valid
<b>(X2)</b>	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,006	Valid
	5	0,006	Valid
	6	0,000	Valid
	7	0,000	Valid
	8	0,000	Valid
	9	0,000	Valid
<b>Keputusan</b>	1	0,006	Valid
<b>Pembelian (Y)</b>	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
	5	0,000	Valid
	6	0,000	Valid
	7	0,000	Valid
	8	0,000	Valid
	9	0,000	Valid

10	0,002	Valid
----	-------	-------

Sumber ; Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan kuesioner telah valid dikarenakan nilai signifikansi  $< 5\%$  atau 0,05.

## 2. Uji Reliabilitas

**Tabel 4.8**

### Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach`s	Cronbach`s Alpha	Keterangan
	Alpha	Standard	
<b>Kualitas</b>			
<b>Produk (X1)</b>	0,642	0,600	Reliabel
<i>After Sales</i>			
<i>Service (X2)</i>	0,686	0,600	Reliabel
<b>Keputusan</b>			
<b>Pembelian</b>			
(Y)	0,638	0,600	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai Cronbach`s Alpha untuk setiap variabel yang diteliti lebih dari 0,6 yang berarti semua variabel telah reliabel.

## F. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dapat diuji dengan menggunakan tiga jenis uji yang berbeda: uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas (Ghozali, 2018:106).

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji OneSample Kolmogorov-Smirnov. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018:161). Berikut hasil pengujian normalitas data dalam tabel yang telah dilampirkan:

**Tabel 4.9**

### Hasil Uji Normalitas

<b>Unstandardized</b>		
	<b>Residual</b>	<b>Keterangan</b>
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200	Normal

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4.9, residual data pada penelitian ini terdistribusi normal dikarenakan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

## 2. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas.

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji Multikolinearitas**

<b>Variable</b>	<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>
<b>Kualitas Produk (X1)</b>	0,818	1,222
<i>After Sales Service (X2)</i>	0,818	1,222

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4.10, diketahui bahwa nilai VIF variabel pada Kualitas Produk (X1) dan *After Sales Service* (X2) senilai  $1,222 < 10$  dan nilai tolerance value  $0,818 > 0,10$  menandakan bahwa tidak adanya multikolinearitas dalam penelitian ini.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

**Tabel 4.11**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

<b>Variabel</b>	<b>Sig.</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Kualitas Produk</b>		Tidak Terjadi
<b>(X1)</b>	0,580	Heteroskedastisitas
<i>After Sales Service</i>		Tidak Terjadi
<b>(X2)</b>	0,562	Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Dari tabel 4.11, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam penelitian ini mengingat nilai signifikansi pada variabel Kualitas Produk (X1) dan After Sales Service (X2) lebih dari 0,05.

## G. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.12

### Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std Error	Beta		
Constant	20,575	5,092		4,040	0,000
<b>Kualitas</b>					
Produk (X1)	0,315	0,118	0,336	2,676	0,009
<i>After Sales</i>					
Service (X2)	0,063	0,136	0,059	0,466	0,643

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan data tabel 4.12, peneliti dapat menarik kesimpulan tentang persamaan yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda.

$$Y = 20,575 + 0,315 (X1) + 0,063 (X2) + e$$

Dari analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Dengan asumsi kestabilan pada variabel independen Kualitas Produk (X1) dan *After Sales Service* (X2) terungkap bahwa

konstanta dalam persamaan menunjukkan nilai awal Keputusan Pembelian (Y) senilai 20,575.

2. Tercatat bahwa koefisien variabel Kualitas Produk (X1) adalah 0,315 yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu poin dalam Kualitas Produk akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,315.
3. Adanya kenaikan sebesar 0,063 pada Keputusan Pembelian dihasilkan oleh penambahan satu poin pada variabel *After Sales Service* (X2), seperti yang ditunjukkan oleh koefisien 0,063.

## **H. Pengujian Hipotesis**

### **1. Uji t**

Penelitian yang dilakukan oleh Ghozali pada tahun 2018 mengatakan bahwa untuk mengevaluasi pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individu, digunakan uji t statistik. Nilai ambang batas untuk signifikansi dalam penelitian yaitu sebesar 0,05.

**Tabel 4.13****Hasil Uji t**

Model	Beta	t	Sig.	Keterangan
Constant		4,040	0,000	
<b>Kualitas</b>				
Produk (X1)	0,336	2,676	0,009	H1 Diterima
<i>After Sales</i>				H2
<i>Service</i> (X2)	0,059	0,466	0,643	Tidak Diterima

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4.13, Hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa jika angka signifikansi yang diperoleh lebih rendah dari 0,05, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima. Ini menandakan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel yang diteliti, yang memungkinkan penarikan kesimpulan tentang hubungan signifikan berikut:

1. Nilai signifikansi Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan angka 0,009 yang berarti dibawah batas ambang 0,05, mengindikasikan pengaruh yang signifikan.
2. *After Sales Service* (X2) berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian, diperlihatkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,643 yang lebih tinggi dari ambang batas 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa

*After Sales Service* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

## 2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Dapat diharapkan bahwa pengujian koefisien determinasi akan mengukur kemampuan model untuk memahami variasi yang terdapat dalam variabel dependen.

**Tabel 4.14**  
**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	0,365	0,133	0,108	2,42079

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4.14, dapat dilihat bahwa Kualitas Produk ( $X_1$ ), *After Sales Service* ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang signifikan dalam memprediksi Keputusan Pembelian ( $Y$ ), dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,108. Ini menunjukkan bahwa tiap variabel dalam penelitian ini berkontribusi sekitar 10,8% dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian. Namun, terdapat 89,2% variabilitas dalam Keputusan Pembelian yang tidak dijelaskan oleh variabel-variabel dalam penelitian ini, yang menunjukkan adanya faktor-faktor lain yang berpengaruh.

### 3. Uji F

**Tabel 4.15**

**Hasil Uji F**

	Sum of		Mean		
	Squares	df	Saquare	F	Sig.
Regression	60,452	2	30,226	5,158	0,008
Residual	392,634	67	5,860		
Total	453,086	69			

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel 4.15, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi dari regresi adalah  $0,008 < 0,05$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel independen yang terdiri dari Kualitas Produk (X1) dan After Sales Service (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara simultan terhadap produk Motor Listrik Selis. Selain itu, dapat disimpulkan juga bahwa model penelitian ini dikatakan layak.

#### I. Pembahasan Hasil Analisis

##### 1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Motor Listrik Selis di Kota Palembang

Dari temuan yang disajikan dalam penelitian tersebut, terdapat nilai B sebesar 0,336 dengan signifikansi 0,009, hasil penelitian ini menunjukkan

penerimaan hipotesis pertama bahwa variabel Kualitas Produk mempengaruhi Keputusan Pembelian. Analisis regresi linier berganda dan uji t mengindikasikan bahwa Kualitas Produk memiliki dampak positif dan juga signifikan pada Keputusan Pembelian.

Dalam analisis statistik deskriptif, terdapat satu pernyataan kuesioner dengan nilai tertinggi yaitu X1.11 dengan angka 3,84, yang menandakan bahwa layanan yang diberikan kepada responden berupa baterai cadangan yang disediakan produk Motor Listrik Selis mempengaruhi Kualitas Produk.

Temuan dari penelitian ini sejalan dengan hasil studi sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Sakti et al., 2020) tentang “ Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman FreshTea “. Hasil pada penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara variabel Kualitas Produk dan Citra merek terhadap Keputusan Pembelian pada minuman FreshTea.

## **2. Pengaruh *After Sales Service* Terhadap Keputusan Pembelian pada Motor Listrik Selis di Kota Palembang**

Dengan pengujian yang telah dilakukan, terdapat nilai B sebesar 0,059 dengan nilai signifikansi 0,643 sehingga untuk hipotesis kedua ditolak dikarenakan memiliki nilai positif tetapi tidak lebih besar dari t tabel. Oleh karena itu, hipotesis kedua tidak terdukung.

Dalam analisis statistik deskriptif, terdapat juga satu pernyataan kuesioner yang memiliki nilai tertinggi, yaitu X<sub>2.6</sub> sebesar 3,82. Ini menandakan bahwa Motor Listrik Selis memberikan layanan pemeliharaan produk berupa *tune-up* atau service secara rutin kepada konsumen yang tentunya dapat menaikkan daya tarik konsumen terhadap produk Motor Listrik Selis. Analisis statistik deskriptif diatas digunakan untuk gambaran awal tentang data yang digunakan dan juga membantu interpretasi hasil uji hipotesis.

Temuan dari studi ini juga sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Digas et al., 2021) tentang “ Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Layanan Purna Jual teradap Keputusan Pembelian HP Iphone “. Hasil pada penelitian ini menunjukkan variabel Layanan Purna Jual yang tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan antara variabel Kualitas Produk, Harga dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian pada HP Iphone.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan *After Sales Service* terhadap Keputusan Pembelian pada Motor Listrik Selis di Kota Palembang yang telah dilakukan oleh penulis, maka dari hasil pengujian data yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat dibuktikan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Artinya semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan maka akan semakin besar juga kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian, fokus pada peningkatan kualitas produk juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong keputusan pembelian yang lebih tinggi.
2. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat dibuktikan bahwa *After Sales Service* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Artinya meskipun layanan purna jual dianggap penting oleh beberapa konsumen, faktor ini tidak menjadi pertimbangan utama dalam proses pengambilan keputusan, konsumen lebih dipengaruhi oleh aspek lain seperti kualitas produk, harga, citra merek dalam menentukan pilihan mereka. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi dalam pelayanan pasca pembelian produk agar

konsumen mengetahui apa saja yang diberikan oleh perusahaan terkait produk Motor Listrik Selis tersebut.

## **B. Keterbatasan**

Adapun beberapa kendala yang kemungkinan dapat mempengaruhi hasil penelitian yang ingin diharapkan yang dapat diperbaiki pada penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Motor Listrik Selis masih tergolong baru, sehingga untuk bisa mengumpulkan responden lebih banyak mengalami kesulitan dan peneliti berharap Motor Listrik Selis ini kedepannya bisa meningkatkan iklan promosi mereka untuk menarik konsumen lebih banyak sehingga pendapat untuk variabel Kualitas Produk, *After Sales Service* menjadi lebih baik atau bisa digeneralisasi untuk produk motor listrik yang lainnya.
2. Penelitian ini memiliki keterbatasan waktu dengan membatasi jumlah data yang dapat dikumpulkan. Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu enam bulan, sehingga tidak semua variabel atau faktor yang relevan dapat dianalisis secara mendalam. Untuk kedepannya, peneliti berharap untuk menambahkan variabel atau faktor yang lebih luas selain variabel maupun faktor yang ada pada penelitian ini.

### C. Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan untuk penelitian - penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Pada uji statistik deskriptif, pernyataan yang memiliki nilai terendah pada variabel Kualitas Produk (X1) terdapat di pernyataan X1,8 dengan nilai 3,41 yang berbunyi “ *Display Monitoring* lampu yang ada pada motor listrik Selis dianggap kurang unik “. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti berharap agar perusahaan Motor Listrik Selis dapat meningkatkan desain pada produknya yaitu peningkatan *Display Monitoring* lampu agar jadi lebih menarik yang akan membuat konsumen tertarik pada masa yang akan mendatang.
2. Pada uji statistik deskriptif, pernyataan yang memiliki nilai terendah pada variabel *After Sales Service* (X2) terdapat di pernyataan X2.9 sebesar 3,45 yang berbunyi “ Layanan perbaikan berupa perbaikan terhadap ban yang bocor pada Motor Listrik Selis “. Untuk Penelitian selanjutnya, peneliti berharap perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanan terutama pada ban yang bocor seperti menggunakan alat pendeteksi kebocoran pada ban dengan lebih baik.
3. Pada uji statistik deskriptif, pernyataan yang memiliki nilai terendah pada variabel Keputusan Pembelian (Y) terdapat di pernyataan Y6 sebesar 3,41 yang berbunyi “Kurang setuju dalam mempertimbangkan untuk membeli produk Motor Listrik Selis yang lain“. Untuk Penelitian selanjutnya, Peneliti berharap kepada perusahaan Motor Listrik Selis dapat

memberikan varian yang lebih bagus atau harga diskon untuk varian produk yang lainnya yang dimana akan berdampak pada peningkatan pembelian pada Motor Listrik Selis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4).  
<https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Aprita Nur Maharani, R., & Ali Alam, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 235–242.  
<https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i4.22>
- Abdul Gofur. (2019). 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44
- Detiknews, (2023). Selis Bermasalah Bawaan Pabrik.  
<https://news.detik.com/suara-pembaca/d-6883173/selis-bermasalah-bawaan-pabrik-spare-part-tak-kunjung-tersedia>
- Enre, A. E., Hutagalung, D., Simbolon, H. A., & Ong, M. T. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian CV Obor Pematangsiantar. *Owner*, 4(1), 189–198.  
<https://doi.org/10.33395/owner.v4i1.173>
- Fatmaningrum, S. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 176-188.
- Fatmawati, N. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “HONDA”. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 2-4.

Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS  
25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

Ghozali, I. (2017). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.  
Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Hasanah, U. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Aplikasi Brompt terhadap Loyalitas Konsumen Honda Scoopy di Jombang. *Jurnal Ekonomi dan Perkembangan Bisnia* , 4.

Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Npk Mutiara Di Ud.Barelang Tani Jaya Batam. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 37–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.4>

Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis* , 31-38.

Hardani, S. M. (2020). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif.

Khotimah, H. (2019). Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Minat Beli. *Journal of Economic Education* , 110-121.

Mendur, M. E. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal Emba* , 1079.

Nurfitri, A. R. (2019). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus : Pembelian Pakaian Pada Pusat Konveksi di Kampung Bulak Timur, Cipayung, Depok). *UG Jurnal* , 26-33.

Setiawan, R. A. (2023). Pengaruh Perepsi Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada konsumen Erigo Official Shop Shopee.co.id di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)* , 188.

- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 7–8.
- Sitorus, F. Y. (2019). *Management Journal. Fundamental Management Journal*, 4(1), 37–51
- Kotler, Phillip, dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip dan Garry. 2016. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Philip dan Garry. 2016. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta:Erlangga
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

# **LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner

## **KUESIONER PENELITIAN**

### **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN AFTER SALES SERVICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR LISTRIK DI KOTA PALEMBANG”**

Yth. Responden,

Perkenalkan nama saya Jevon The Awdi dari Universitas Katolik Musi Charitas Palembang, Program Studi Manajemen Semester 8, Fakultas Bisnis & Akuntansi. Dalam rangka untuk menyelesaikan penelitian untuk skripsi. Maka dengan kuesioner ini saya ingin mengumpulkan data dari para responden mengenai " Kualitas Produk dan After Sales Service Terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik di Kota Palembang ". Saya berharap kesediaan kalian untuk membantu mengisi kuesioner ini dengan jujur atas pernyataan yang diajukan agar dapat mendukung data pada penelitian ini. Dimana data pribadi terkait responden dalam pengisian kuesioner ini juga akan dijaga kerahasiaannya. Atas kesediaannya, saya ucapkan terima kasih.

Adapun kriteria untuk menjadi responden dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Usia Responden minimal 17 tahun. Usia tersebut dianggap sudah mencapai sikap dewasa dalam hal pemikiran dan ketegasan dalam mengemukakan pendapat.
2. Responden telah melakukan pembelian pada produk Motor Listrik Selis
3. Responden telah menggunakan produk motor listrik Selis.
4. Responden telah melakukan service pada Motor Listrik Selis
5. Responden telah menikmati layanan jasa purna jual Motor listrik Selis.
6. Responden Harus Berdomisili di Kota Palembang

## Lampiran 2. *Output SPSS* Profil Responden dan *Screening Test*

The screenshot shows a Google Forms survey page. The title is "Pengaruh Kualitas Produk dan After Sales Service terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Listrik Selis di Kota Palembang". The form includes a detailed introduction in Indonesian, a 5-point Likert scale legend, and a "Jenis Kelamin" (Gender) question with radio buttons for "Laki-laki" (selected) and "Perempuan".

**Pengaruh Kualitas Produk dan After Sales Service terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Listrik Selis di Kota Palembang**

Hai semua, perkenalkan nama saya Jevon The Awdi dari Universitas Katolik Misi Charitas Palembang, Program Studi Manajemen Semester 8, Fakultas Bisnis & Akuntansi. Dalam rangka untuk menyelesaikan penelitian untuk skripsi. Maka dengan kuesioner ini saya ingin mengumpulkan data dari para responden mengenai "Kualitas Produk dan After Sales Service Terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik di Kota Palembang". Saya berharap kesediaan kalian untuk membantu mengisi kuesioner ini dengan jujur atas pernyataan yang diajukan agar dapat mendukung data pada penelitian ini. Dimana data pribadi terkait responden dalam pengisian kuesioner ini juga akan dijaga kerahasiaannya. Atas kesediaannya, saya ucapkan terima kasih. Adapun skala yang digunakan dalam kuesioner ini, sebagai berikut :

1 = Sangat Tidak Setuju  
2 = Tidak Setuju  
3 = Netral  
4 = Setuju  
5 = Sangat Setuju

Login ke Google untuk menyimpan progres. Pelajari lebih lanjut

\* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

Jenis Kelamin \*

Laki-laki  
 Perempuan

This screenshot shows the continuation of the Google Forms survey, focusing on demographic questions. It includes three sections: "Jenis Kelamin", "Usia", and "Jenis Pekerjaan", each with radio button options.

Jenis Kelamin \*

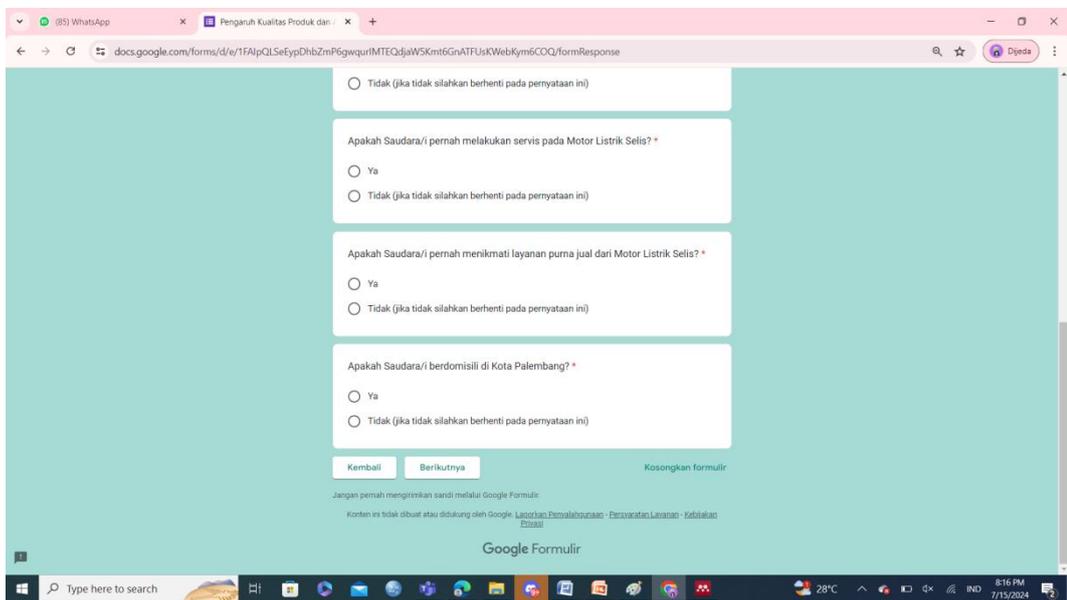
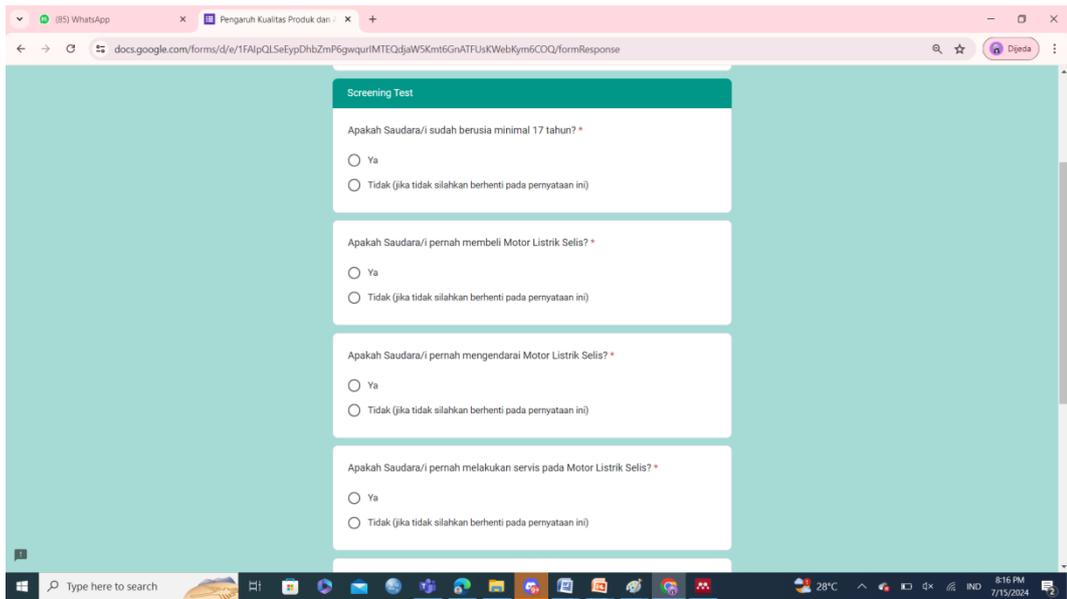
Laki-laki  
 Perempuan

Usia \*

17 - 24 tahun  
 25 - 32 tahun  
 33 - 40 tahun  
 > 40 tahun

Jenis Pekerjaan \*

Pelajar/Mahasiswa  
 Karyawan Swasta  
 Pegawai Negeri  
 Wirausaha  
 Ibu Rumah Tangga  
 Yang lain: \_\_\_\_\_



(84) WhatsApp x Pengaruh Kualitas Produk dan x +

docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeEypDhbZmP6gwqurIMTEQJjaW5Kmt6GnATFUsKWebKym6COQ/formResponse

**Kualitas Produk**

Menurut Kotler & Armstrong (2018:261) Kualitas Produk adalah karakteristik produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, baik secara langsung maupun tersirat, disebut sebagai kualitas produk

Motor Listrik Sells mempunyai daya tahan baterai yang awet dibandingkan pesaingnya \*

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Netral

Setuju

Sangat Setuju

Motor Listrik Sells memiliki pengisian daya yang lebih hemat (hanya 4 jam) dibandingkan motor listrik yang lain. \*

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Netral

Setuju

Sangat Setuju

Type here to search 28°C 8:24 PM 7/15/2024

(84) WhatsApp x Pengaruh Kualitas Produk dan x +

docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeEypDhbZmP6gwqurIMTEQJjaW5Kmt6GnATFUsKWebKym6COQ/formResponse

Motor Listrik Sells memiliki rangka motor yang kokoh dibanding motor listrik yang lainnya \*

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Netral

Setuju

Sangat Setuju

Motor Listrik Sells dapat diandalkan untuk transportasi sehari-hari \*

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Netral

Setuju

Sangat Setuju

Motor Listrik Sells jarang terjadi kerusakan pada saat berkendara di jalan \*

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Netral

Type here to search 28°C 8:24 PM 7/15/2024

(84) WhatsApp x Pengaruh Kualitas Produk dan x +

docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeEypDhbZmP6gwqurIMTEQJjaW5Kmt6GnATFUsKWebKym6COQ/formResponse

Motor Listrik Selis dapat menempuh jarak hingga 55km/jam yang sesuai dengan spesifikasi yang seharusnya diberikan oleh perusahaan \*

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Netral

Setuju

Sangat Setuju

Motor Listrik Selis memiliki *Display Monitoring System* sisa Baterai yang jelas terlihat \*

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Netral

Setuju

Sangat Setuju

Motor Listrik Selis memiliki *Display Monitoring* kecepatan kendaraan yang jelas terlihat \*

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Type here to search 28°C 8:25 PM 7/15/2024

(84) WhatsApp x Pengaruh Kualitas Produk dan x +

docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeEypDhbZmP6gwqurIMTEQJjaW5Kmt6GnATFUsKWebKym6COQ/formResponse

Motor Listrik Selis memiliki *Display Monitoring* jarak tempuh yang akurat \*

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Netral

Setuju

Sangat Setuju

Motor Listrik Selis memiliki *Display Monitoring* lampu sen yang unik \*

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Netral

Setuju

Sangat Setuju

Saya membeli Motor Listrik Selis karena desain motornya yang simple dibandingkan motor listrik yang lainnya \*

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Netral

Setuju

Type here to search 28°C 8:25 PM 7/15/2024

docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeEypDhbZmP6GwqurIMTEQdjaW5Kmt6GnATFUsKWebKym6COQ/formResponse

Motor Listrik Selis memiliki peringatan pada indikator baterai pada saat melemah \*

Sangat Tidak Setuju  
 Tidak Setuju  
 Netral  
 Setuju  
 Sangat Setuju

Motor Listrik Selis menyediakan baterai cadangan jika terjadi mogok pada saat berada di jalanan \*

Sangat Tidak Setuju  
 Tidak Setuju  
 Netral  
 Setuju  
 Sangat Setuju

Motor Listrik Selis terkenal dikarenakan perawatannya yang mudah seperti mengecek rutin baterai \*

Sangat Tidak Setuju  
 Tidak Setuju  
 Netral

28°C 8:25 PM 7/15/2024

docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeEypDhbZmP6GwqurIMTEQdjaW5Kmt6GnATFUsKWebKym6COQ/formResponse

After Sales Service

Menurut Tjiptono (2014:85) Layanan Purna Jual adalah pelayanan yang diberikan khusus oleh perusahaan kepada konsumen setelah proses transaksi terjadi

Motor Listrik Selis memberikan jaminan layanan purna jual garansi 6 bulan free service pada Motor Listrik Selis \*

Sangat Tidak Setuju  
 Tidak Setuju  
 Netral  
 Setuju  
 Sangat Setuju

Dealer Motor Listrik Selis memberikan jaminan kerusakan baterai dalam jangka waktu 6 bulan \*

Sangat Tidak Setuju  
 Tidak Setuju  
 Netral  
 Setuju  
 Sangat Setuju

Laporkan masalah ke Google 8:27 PM 7/15/2024

(84) WhatsApp x Pengaruh Kualitas Produk dan x +

docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeEypDhbZmP6GwqurIMTEQdjaW5Kmt6GnATFuSKWebKym6COQ/formResponse

Dealer Motor Listrik Selis memberikan jaminan garansi kerusakan controller dinamo dalam jangka waktu 3 bulan \*

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Netral

Setuju

Sangat Setuju

Bengkel Motor Listrik Selis dapat menjamin ketersediaan suku cadang yang lengkap \*

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Netral

Setuju

Sangat Setuju

Bengkel Motor Listrik Selis memiliki suku cadang yang mudah ditemukan dibengkel \*

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Type here to search

Nikk... 8:27 PM 7/15/2024

(84) WhatsApp x Pengaruh Kualitas Produk dan x +

docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeEypDhbZmP6GwqurIMTEQdjaW5Kmt6GnATFuSKWebKym6COQ/formResponse

Dealer Motor Listrik Selis memberikan layanan pemeliharaan produk berupa tune-up secara rutin \*

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Netral

Setuju

Sangat Setuju

Dealer Motor Listrik juga memberikan jasa perawatan rutin berupa penggantian baterai yang soak \*

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Netral

Setuju

Sangat Setuju

Dealer Motor Listrik memberikan jasa reparasi (perbaikan motor) berupa perbaikan kampas rem \*

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Type here to search

Nikk... 8:27 PM 7/15/2024

docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeEypDhbZmP6GwqurIMTEQJjaW5Kmt6GnATFuSKWebKym6COQ/formResponse

Iyevan  
 Setuju  
 Sangat Setuju

Dealer Motor Listrik memberikan jasa reparasi (perbaikan motor) berupa perbaikan kampas rem \*

Sangat Tidak Setuju  
 Tidak Setuju  
 Netral  
 Setuju  
 Sangat Setuju

Dealer Motor Listrik Selis juga memberikan layanan perbaikan berupa perbaikan ban yang bocor \*

Sangat Tidak Setuju  
 Tidak Setuju  
 Netral  
 Setuju  
 Sangat Setuju

Kembali Berikutnya Kosongkan formulir

Type here to search 8:27 PM 7/15/2024

docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeEypDhbZmP6GwqurIMTEQJjaW5Kmt6GnATFuSKWebKym6COQ/formResponse

**Keputusan Pembelian**

Menurut Sudirman, et al (2020) keputusan pembelian adalah serangkaian proses-proses yang diambil konsumen untuk memilih atas suatu produk yang akan dibelinya, sampai ke tahap proses dimana seorang konsumen mendorong untuk membeli produk

Saya mengetahui kebutuhan saya terhadap Motor Listrik Selis \*

Sangat Tidak Setuju  
 Tidak Setuju  
 Netral  
 Setuju  
 Sangat Setuju

Saya memiliki minat untuk mengenal Motor Listrik Selis lebih jauh \*

Sangat Tidak Setuju  
 Tidak Setuju  
 Netral  
 Setuju  
 Sangat Setuju

Type here to search 8:29 PM 7/15/2024

(84) WhatsApp x Pengaruh Kualitas Produk dan x +

docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeEypDhbZmP6GwqurIMTEQJjaW5Kmt6GnATFUsKWebKym6COQ/formResponse

Saya mencari informasi mengenai Motor Listrik Selis di Kota Palembang \*

Sangat Tidak Setuju  
 Tidak Setuju  
 Netral  
 Setuju  
 Sangat Setuju

Saya merasa tertarik untuk menggunakan Motor Listrik Selis di Kota Palembang \*

Sangat Tidak Setuju  
 Tidak Setuju  
 Netral  
 Setuju  
 Sangat Setuju

Saya mengevaluasi alternatif merek Motor Listrik Selis \*

Sangat Tidak Setuju  
 Tidak Setuju  
 Netral  
 Setuju

Type here to search

LQ45 8:30 PM 7/15/2024

(84) WhatsApp x Pengaruh Kualitas Produk dan x +

docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeEypDhbZmP6GwqurIMTEQJjaW5Kmt6GnATFUsKWebKym6COQ/formResponse

Saya mempertimbangkan untuk membeli Motor Listrik Selis dari yang lain \*

Sangat Tidak Setuju  
 Tidak Setuju  
 Netral  
 Setuju  
 Sangat Setuju

Saya tertarik untuk membeli Motor Listrik Selis \*

Sangat Tidak Setuju  
 Tidak Setuju  
 Netral  
 Setuju  
 Sangat Setuju

Saya juga memutuskan untuk membeli motor listrik selis \*

Sangat Tidak Setuju  
 Tidak Setuju  
 Netral  
 Setuju

Type here to search

LQ45 8:30 PM 7/15/2024

(84) WhatsApp x Pengaruh Kualitas Produk dan x +

docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeEypDhbZmP6GwqurIMTEQJjaW5Kmt6GnATFUsKWebKym6COQ/formResponse

Saya merasa senang setelah membeli Motor Listrik Selis \*

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Netral

Setuju

Sangat Setuju

Saya juga dapat merekomendasikan Motor Listrik Selis ke orang lain \*

Sangat Tidak Setuju

Tidak Setuju

Netral

Setuju

Sangat Setuju

Kembali Kirim Kosongkan formulir

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporan Penyalahgunaan](#) - [Peringatan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

Type here to search

LQ45 8:30 PM 7/15/2024

Lampiran 3. Tabulasi Data Penelitian

Kualitas Produk (X1)					
X11	X12	X13	X14	X15	X16
3	4	3	4	4	4
3	4	3	3	4	4
4	3	3	4	3	3
3	4	3	3	3	3
3	5	3	3	3	4
3	3	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4
4	4	4	4	4	3
3	4	3	4	4	4
4	4	4	3	4	3
5	4	3	3	4	4
3	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	4
4	5	4	3	4	4
3	4	3	3	3	3
3	4	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3
4	5	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4
3	4	4	3	4	4
4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	4
4	3	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4
4	3	3	3	3	4
4	4	4	3	3	4
3	4	4	4	4	3
3	4	3	3	3	3
4	3	4	3	3	3
3	4	3	2	3	3
4	4	3	3	3	3
3	5	3	3	3	3
3	4	4	3	4	4
3	4	3	3	4	4
4	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3
3	4	3	4	3	4
3	3	3	3	3	4
4	3	4	3	3	3

3	3	3	4	3	3	
3	3	3	3	4	4	
3	4	3	4	3	3	
4	4	4	4	3	4	
3	4	4	3	3	4	
3	3	3	3	4	4	
4	3	3	4	3	3	
3	4	3	3	4	4	
3	4	4	4	3	3	
4	4	3	3	4	4	
3	3	3	4	4	4	
3	4	3	4	3	3	
3	4	4	4	3	4	
3	3	4	3	3	4	
3	5	3	4	3	4	
4	4	4	3	4	4	
3	3	4	4	3	4	
3	4	3	4	3	4	
3	4	3	4	3	4	
4	4	3	4	3	3	
3	3	4	3	4	4	
3	3	4	3	4	4	
3	4	4	4	3	3	
3	4	4	4	3	4	
3	3	4	4	3	3	
4	3	4	3	3	3	
3	4	4	3	3	3	
X17	X18	X19	X110	X11	X12	Total X1
4	4	4	4	4	4	46
4	3	4	3	4	4	43
3	4	4	5	4	3	43
3	3	3	3	4	3	38
4	3	4	4	4	4	44
4	4	3	4	4	3	41
4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	47
4	4	5	4	4	4	47
3	3	3	3	4	4	43
4	4	4	4	4	5	47
4	4	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	47
4	4	4	4	4	3	45
4	4	3	3	4	3	45
3	3	4	4	4	4	41

3	3	4	4	4	3	42
4	3	4	4	4	3	46
3	4	4	3	4	4	44
4	3	4	4	4	4	48
4	4	4	3	4	4	45
4	4	4	3	4	4	45
3	3	3	3	4	4	42
4	4	4	4	4	4	48
3	3	3	3	3	4	41
4	3	4	3	3	4	44
4	3	4	4	4	4	45
4	3	4	4	4	3	42
4	4	4	4	4	4	46
3	3	3	3	3	3	40
3	3	3	4	3	4	39
3	3	3	3	4	3	39
3	3	3	3	4	4	38
3	3	3	3	3	3	38
3	3	3	3	4	4	40
4	3	4	3	4	3	43
4	4	3	3	4	4	43
3	3	4	3	4	4	40
3	3	3	3	4	4	40
4	3	3	3	4	4	42
4	3	3	3	3	3	38
3	3	4	3	4	3	40
4	3	4	3	4	4	41
4	3	3	3	4	3	40
4	3	3	3	4	4	41
4	3	4	4	4	3	45
4	3	4	3	3	3	41
4	4	4	3	4	3	42
4	3	3	3	4	4	41
4	3	3	3	4	3	41
3	3	4	3	4	4	42
4	4	3	3	4	4	44
4	3	3	3	5	4	43
3	3	3	3	4	4	40
4	4	4	3	4	4	45
3	4	3	3	4	4	41
4	3	4	4	4	3	44
4	4	4	4	4	5	48
4	4	3	4	4	3	43
4	4	4	3	3	4	43
4	4	4	3	4	4	44
3	3	4	3	4	4	42

4	3	3	3	3	4	41
4	4	3	3	3	4	42
3	3	3	3	4	3	40
3	3	4	3	3	3	41
4	4	4	3	4	4	43
3	3	4	3	4	3	40
3	4	4	3	3	4	41

After Sales Service (X2)				
X21	X22	X23	X24	X25
4	4	4	4	3
4	3	4	3	3
3	3	3	3	4
4	4	4	4	5
4	4	4	5	3
4	4	3	4	4
4	4	4	4	3
4	4	4	4	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	3
4	4	4	4	4
3	4	3	4	4
4	4	3	3	4
4	4	4	3	3
4	4	4	4	3
4	4	4	3	4
3	3	3	4	4
4	3	3	4	4
4	4	3	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	3	3	3
4	4	3	4	4
4	4	3	3	4
4	3	4	4	4
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
3	3	3	3	4
3	3	3	4	3
4	4	4	4	3
3	3	3	4	4

3	3	3	3	4
4	4	4	4	3
4	4	4	4	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3
4	4	4	4	3
4	4	4	3	3
3	3	3	4	3
4	4	4	3	4
3	3	3	4	4
3	3	3	4	4
3	3	3	3	3
4	4	4	4	3
4	4	4	3	3
3	3	3	4	4
3	3	3	4	4
4	4	4	3	4
4	4	4	3	3
4	4	3	4	3
3	3	3	4	3
4	4	4	4	5
3	3	3	3	4
3	4	4	4	3
4	4	4	3	4
4	4	3	4	4
3	3	3	4	3
4	4	4	4	3
4	4	4	4	3
3	3	3	4	3
3	4	4	3	3
3	3	3	3	3
4	3	4	4	3
4	3	3	4	3
X26	X27	X28	X29	Total X2
5	4	4	4	36
4	3	3	3	30
3	3	4	3	29
4	3	3	4	35
4	4	3	3	34
4	4	3	3	33
4	4	4	4	35
5	3	4	3	34
4	4	4	4	36
4	4	4	4	36

4	3	4	4	35
4	3	3	3	33
4	4	3	4	35
4	3	4	3	34
4	3	3	4	33
4	3	3	3	33
3	3	3	4	31
4	3	4	4	33
4	4	4	3	33
3	4	3	3	32
4	3	4	4	34
4	3	3	3	30
4	4	4	4	34
4	4	4	4	35
4	4	4	4	36
4	3	3	3	33
3	3	4	4	31
4	4	4	4	35
4	4	4	4	34
4	4	4	3	34
4	3	3	3	28
4	4	3	3	34
3	3	3	3	28
3	3	3	3	28
3	3	3	3	31
4	3	3	3	30
3	3	3	3	28
4	3	3	3	32
3	4	4	4	34
4	3	3	3	33
4	3	3	3	33
3	3	3	3	27
4	4	4	4	35
4	3	3	4	32
4	3	3	3	29
4	4	4	3	34
4	3	3	3	30
4	3	3	3	30
4	3	3	3	28
4	3	3	3	32
3	3	3	3	30
4	3	3	3	30
4	4	4	4	33
4	4	4	4	35
4	4	3	4	33
4	4	3	3	32

4	4	4	4	32
4	4	4	4	37
4	4	4	4	32
3	4	3	3	31
4	3	4	4	34
4	3	3	3	32
4	3	3	3	29
4	4	3	3	33
4	4	4	4	35
4	4	4	4	32
4	4	4	4	33
3	4	4	4	30
3	4	4	4	33
4	3	3	3	30

Keputusan Pembelian (Y)				
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
4	3	4	4	3
3	3	4	3	4
4	4	4	3	4
3	4	3	4	4
3	4	4	4	4
3	3	3	3	3
4	4	4	4	3
3	3	4	4	4
4	3	4	4	3
4	4	4	4	3
4	4	4	4	3
4	4	4	4	4
4	4	3	3	3
4	4	4	3	3
4	2	3	3	3
3	3	3	3	4
3	3	4	3	3
4	4	4	4	3
4	5	4	4	4
3	4	4	3	4
4	4	3	4	4
3	3	3	4	4
4	4	4	3	4
4	4	4	3	4
3	4	4	4	4
4	4	3	4	4
4	4	4	4	4
3	3	3	4	3
4	4	3	4	4

4	4	4	4	4	
3	4	3	3	4	
3	3	3	4	4	
3	4	4	4	4	
3	3	4	3	3	
4	3	3	4	4	
3	3	4	4	4	
3	3	3	4	3	
4	3	3	3	4	
4	4	4	4	3	
3	3	3	3	3	
4	4	4	3	4	
4	3	3	3	3	
4	3	3	3	4	
3	3	4	3	3	
4	4	3	4	4	
4	3	4	3	3	
3	3	3	3	3	
3	3	4	3	3	
3	3	4	4	3	
3	3	3	3	4	
4	3	4	4	3	
3	4	4	4	4	
4	3	3	4	3	
4	4	4	3	4	
4	5	5	4	4	
4	4	3	4	3	
3	3	3	4	3	
4	4	3	4	4	
4	2	4	4	3	
4	4	4	4	3	
3	3	3	4	4	
4	4	4	4	4	
3	4	4	5	4	
4	4	3	4	4	
3	3	3	3	3	
3	3	3	3	3	
4	4	3	3	3	
4	4	4	4	3	
4	3	3	3	3	
4	4	3	4	4	
Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Total Y
4	4	4	5	5	40
3	4	4	4	4	36
5	4	4	3	3	38
4	4	3	4	4	37

4	4	4	3	4	38
3	4	4	4	3	33
3	4	4	4	4	38
3	4	4	4	4	37
4	4	4	4	4	38
3	4	4	4	3	37
3	4	4	5	3	38
4	4	4	4	3	39
4	4	3	4	3	35
3	4	4	4	3	36
4	4	3	4	4	34
4	4	3	4	4	35
3	4	4	4	4	35
3	4	4	4	4	38
4	4	4	5	4	42
4	3	3	4	2	34
4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	3	36
4	3	4	4	4	38
4	4	3	4	4	38
4	4	4	4	4	39
4	3	3	3	4	36
4	4	4	4	4	40
4	3	4	4	4	35
4	4	4	4	4	39
4	4	4	3	4	39
3	3	4	4	4	35
3	4	3	4	3	34
4	3	3	4	3	36
3	3	3	4	3	32
3	3	4	4	3	35
4	4	3	4	3	36
3	4	3	4	4	34
3	3	4	3	3	33
3	3	3	4	3	35
3	3	4	4	4	33
3	3	4	4	4	37
3	4	4	4	3	34
4	4	3	3	3	34
3	4	4	4	3	34
3	4	4	4	3	37
3	3	4	4	4	35
4	3	4	4	4	34
3	3	3	4	4	33
3	4	4	4	3	35
3	3	4	4	4	35
4	3	4	4	4	34
3	3	3	4	4	33
3	4	4	4	3	35
3	3	4	4	4	35
4	3	4	4	4	34
3	3	3	4	4	33
3	4	4	4	3	35
3	4	4	4	4	35

3	4	4	4	3	36
3	4	4	4	4	38
3	4	4	4	3	35
3	4	4	5	4	39
4	4	4	5	4	43
4	4	3	3	3	35
3	4	3	4	4	34
2	4	4	5	3	37
3	3	3	4	4	34
3	4	4	3	3	36
4	4	4	4	4	37
4	4	4	4	3	39
4	4	4	5	4	41
4	4	4	4	3	38
2	3	4	3	3	30
3	4	4	3	4	33
3	3	3	3	3	32
3	3	4	3	4	36
2	3	3	3	3	30
3	4	4	3	4	37

## Lampiran 4. Output SPSS Uji Kelayakan Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas 30 Responden

#### a. Kualitas Produk

Joba 1 Valid&Reliabel.spv [Document1] - IBM SPSS Statistics Viewer

		X11	X12	X13	X15	X17	X18	X19	X110	X111	X112	X113	X114	Total_X1
X11	Pearson Correlation	1	-.087	.275	.152	-.131	.093	.009	-.050	.022	.038	-.179	.053	.309
	Sig. (2-tailed)		.646	.142	.423	.491	.624	.962	.794	.906	.843	.343	.780	.096
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X12	Pearson Correlation	-.087	1	.149	-.114	.036	.199	.216	.027	.096	-.081	.487**	.201	.320
	Sig. (2-tailed)	.646		.432	.549	.850	.292	.252	.889	.615	.671	.006	.286	.085
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X13	Pearson Correlation	.275	.149	1	.050	.172	.161	.233	-.027	-.025	-.042	.036	-.005	.455
	Sig. (2-tailed)	.142	.432		.794	.363	.394	.215	.885	.897	.827	.850	.981	.012
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X15	Pearson Correlation	.152	-.114	.050	1	.172	.015	-.223	-.027	.124	-.042	-.234	.267	.292
	Sig. (2-tailed)	.423	.549	.794		.363	.939	.236	.885	.515	.827	.214	.154	.117
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X17	Pearson Correlation	-.131	.036	.172	.172	1	.257	.323	.085	-.127	-.086	-.203	.060	.406*
	Sig. (2-tailed)	.491	.850	.363	.363		.171	.081	.656	.503	.652	.281	.751	.026
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X18	Pearson Correlation	.093	.199	.161	.015	.257	1	.757**	.059	.401*	.135	-.175	.279	.627**
	Sig. (2-tailed)	.624	.292	.394	.939	.171		.000	.755	.028	.476	.355	.136	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X19	Pearson Correlation	.009	.216	.233	-.223	.323	.757**	1	.277	.443*	.327	.141	.172	.692**
	Sig. (2-tailed)	.962	.252	.215	.236	.081	.000		.138	.014	.078	.457	.362	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X110	Pearson Correlation	-.050	.027	-.027	-.027	.085	.059	.277	1	.150	.253	.327	.027	.334
	Sig. (2-tailed)	.794	.889	.885	.885	.656	.755	.138		.429	.177	.077	.885	.071
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X111	Pearson Correlation	.022	.096	-.025	.124	-.127	.401*	.443*	.150	1	.456*	.196	.272	.533**
	Sig. (2-tailed)	.906	.615	.897	.515	.503	.028	.014	.429		.011	.298	.146	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X112	Pearson Correlation	.038	-.081	-.042	-.042	-.086	.135	.327	.253	.456*	1	.331	-.042	.349
	Sig. (2-tailed)	.843	.671	.827	.827	.476	.078	.177	.011		.074	.827	.058	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Joba 1 Valid&Reliabel.spv [Document1] - IBM SPSS Statistics Viewer

X17	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	-.131	.036	.172	.172	1	.257	.323	.085	-.127	-.086	-.203	.060	.406*
	Sig. (2-tailed)	.491	.850	.363	.363		.171	.081	.656	.503	.652	.281	.751	.026
X18	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.093	.199	.161	.015	.257	1	.757**	.059	.401*	.135	-.175	.279	.627**
	Sig. (2-tailed)	.624	.292	.394	.939	.171		.000	.755	.028	.476	.355	.136	.000
X19	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.009	.216	.233	-.223	.323	.757**	1	.277	.443*	.327	.141	.172	.692**
	Sig. (2-tailed)	.962	.252	.215	.236	.081	.000		.138	.014	.078	.457	.362	.000
X110	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	-.050	.027	-.027	-.027	.085	.059	.277	1	.150	.253	.327	.027	.334
	Sig. (2-tailed)	.794	.889	.885	.885	.656	.755	.138		.429	.177	.077	.885	.071
X111	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.022	.096	-.025	.124	-.127	.401*	.443*	.150	1	.456*	.196	.272	.533**
	Sig. (2-tailed)	.906	.615	.897	.515	.503	.028	.014	.429		.011	.298	.146	.002
X112	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.038	-.081	-.042	-.042	-.086	.135	.327	.253	.456*	1	.331	-.042	.349
	Sig. (2-tailed)	.843	.671	.827	.827	.476	.078	.177	.011		.074	.827	.058	
X113	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	-.179	.487**	.036	-.234	-.203	-.175	.141	.327	.196	.331	1	-.126	.118
	Sig. (2-tailed)	.343	.006	.850	.214	.281	.355	.457	.077	.298	.074		.508	.533
X114	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.053	.201	-.005	.267	.060	.279	.172	.027	.272	-.042	-.126	1	.439*
	Sig. (2-tailed)	.780	.286	.981	.154	.751	.136	.362	.885	.146	.827	.508		.015
Total_X1	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.309	.320	.455*	.292	.406*	.627**	.692**	.334	.533**	.349	.118	.439*	1
	Sig. (2-tailed)	.096	.085	.012	.117	.026	.000	.000	.071	.002	.058	.533	.015	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

click to edit Pivot Table

IBM SPSS St
-------------







Y9	Pearson Correlation	.091	-.042	-.045	.091	-.299	-.306	.176	.125	1	.083	.189
	Sig. (2-tailed)	.633	.826	.812	.633	.108	.100	.351	.509		.664	.318
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y10	Pearson Correlation	.083	-.122	.037	.319	-.031	.067	.134	.121	.083	1	.454*
	Sig. (2-tailed)	.664	.520	.845	.086	.870	.726	.481	.524	.664		.012
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	.499*	.541*	.166	.571*	.408*	.308	.308	.403*	.189	.454*	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.002	.381	.001	.025	.098	.098	.027	.318	.012	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

## 2. Uji Reliabilitas 30 responden

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.575	12

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.548	9



	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.270	.538	.106	.097	.326	.045	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X23	Pearson Correlation	.657*	.652**	1	.145	-.067	.185	.182	.099	.099	.600**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.230	.580	.126	.132	.413	.413	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X24	Pearson Correlation	.173	.134	.145	1	.061	.237*	.144	-.170	-.110	.327**
	Sig. (2-tailed)	.152	.270	.230		.614	.048	.234	.160	.363	.006
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X25	Pearson Correlation	.070	.075	-.067	.061	1	.156	-.072	.113	.113	.323**
	Sig. (2-tailed)	.564	.538	.580	.614		.197	.554	.352	.352	.006
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X26	Pearson Correlation	.292*	.195	.185	.237*	.156	1	.106	.160	.095	.486**
	Sig. (2-tailed)	.014	.106	.126	.048	.197		.381	.187	.432	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X27	Pearson Correlation	.208	.200	.182	.144	-.072	.106	1	.512**	.455**	.568**
	Sig. (2-tailed)	.084	.097	.132	.234	.554	.381		.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X28	Pearson Correlation	.189	.119	.099	-.170	.113	.160	.512**	1	.655**	.562**
	Sig. (2-tailed)	.117	.326	.413	.160	.352	.187	.000		.000	.000



	Sig. (2-tailed)	.326	.005		.184	.863	.285	.571	.116	.012	.355	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
Y4	Pearson Correlation	.102	.288*	.161	1	.182	.194	.324*	.140	.221	.103	.557**
	Sig. (2-tailed)	.400	.015	.184		.132	.107	.006	.247	.066	.397	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
Y5	Pearson Correlation	-.039	.401*	.021	.182	1	.415*	.163	.100	.090	.072	.504**
	Sig. (2-tailed)	.749	.001	.863	.132		.000	.178	.412	.457	.554	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
Y6	Pearson Correlation	.049	.265*	.130	.194	.415*	1	.227	-.091	.040	.167	.523**
	Sig. (2-tailed)	.686	.027	.285	.107	.000		.059	.455	.743	.168	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
Y7	Pearson Correlation	.046	.135	.069	.324*	.163	.227	1	.230	.235	.066	.488**
	Sig. (2-tailed)	.706	.266	.571	.006	.178	.059		.055	.050	.590	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
Y8	Pearson Correlation	.110	.187	.189	.140	.100	-.091	.230	1	.176	.180	.426**
	Sig. (2-tailed)	.364	.120	.116	.247	.412	.455	.055		.145	.135	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
Y9	Pearson Correlation	-.048	.119	.298*	.221	.090	.040	.235	.176	1	.188	.478**
	Sig. (2-tailed)	.690	.327	.012	.066	.457	.743	.050	.145		.120	.000

	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
Y10	Pearson Correlation	-.097	-.026	.112	.103	.072	.167	.066	.180	.188	1	.372**
	Sig. (2-tailed)	.425	.828	.355	.397	.554	.168	.590	.135	.120		.002
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
Total_Y	Pearson Correlation	.323*	.650*	.509*	.557*	.504*	.523*	.488*	.426*	.478*	.372*	1
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70

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

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

2.

## Uji Reliabilitas 70 Responden

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.642	12

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.686	9

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.638	10

## Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.38544376
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.062
	Negative	-.048
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

### Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	20.575	5.092		4.040	.000		
Kualitas Produk	.315	.118	.336	2.676	.009	.818	1.222
After Sales Service	.063	.136	.059	.466	.643	.818	1.222

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Uji Heterokedastisitas

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1.991	3.193		.624	.535
	Kualitas Produk	-.041	.074	-.075	-.555	.580
	After Sales Service	.050	.085	.078	.582	.562

a. Dependent Variable: Abs\_RES

## Uji t

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	20.575	5.092		4.040	.000
	Kualitas Produk	.315	.118	.336	2.676	.009
	After Sales Service	.063	.136	.059	.466	.643

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Uji F

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	60.452	2	30.226	5.158	.008 <sup>b</sup>
	Residual	392.634	67	5.860		
	Total	453.086	69			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), After Sales Service, Kualitas Produk

## Koefisien Determinasi

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.365 <sup>a</sup>	.133	.108	2.42079

a. Predictors: (Constant), After Sales Service, Kualitas Produk

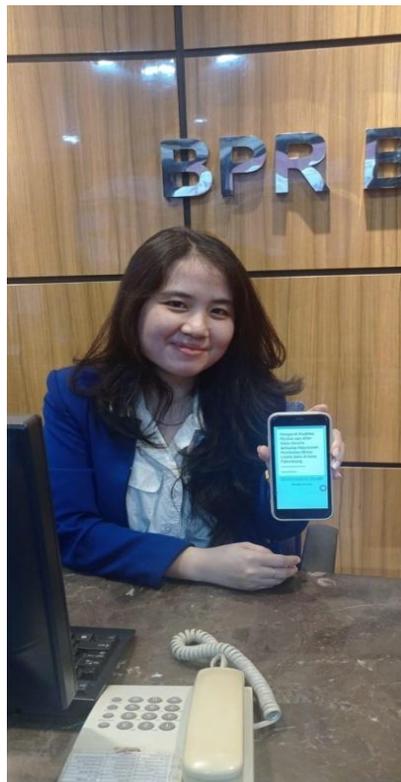
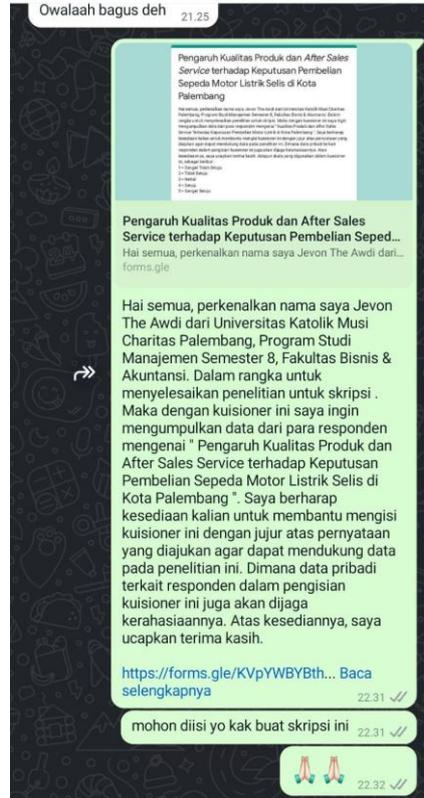
## Analisis Regresi Linier Berganda

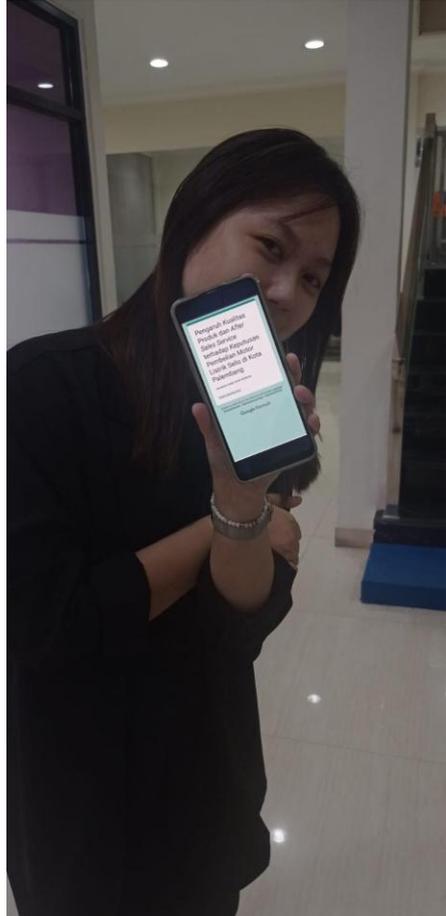
### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.575	5.092		4.040	.000
	Kualitas Produk	.315	.118	.336	2.676	.009
	After Sales Service	.063	.136	.059	.466	.643

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Lampiran 6. Bukti Pengisian Kuesioner





## Lampiran 7. Kartu Bimbingan Skripsi

 <b>UNIKA MUSI CHARITAS</b> <b>FAKULTAS BISNIS DAN AKUNTANSI</b> <b>KARTU BIMBINGAN SKRIPSI</b>				TGL	BAB	KETERANGAN	PARAF
NIM : 2022028 NAMA : JEVON THE AWDI PRODI : MANAJEMEN BIDANG KAJIAN : MANAJEMEN PEMASARAN JUDUL SKRIPSI : Pengaruh kualitas produk dan After Sales Service terhadap keputusan Pembelian Sepeda Motor Listrik Selis di Kota Palembang				07/06 2024	IV	- menambah responden sebanyak 20 orang	
				11/06 2024	IV	- menghapus variabel persepsi harga - melengkapi bab 4	
				01/07 2024	IV	- menguji normalitas, koefisien determinasi, uji t dan uji F	
				02/07 2024	V	- membuat kesimpulan, saran dan kesimpulan	
				03/07 2024	I - V	- ACC slide PPT untuk ujian sidang	
				04/07 2024	I - V	- ACC draft skripsi 1-5	
				05/07 2024	I - V	- persiapan ujian sidang skripsi	
				11/07 2024	Skripsi	- ACC untuk sidang skripsi	
<b>PEMBIMBING SKRIPSI</b> PEMBIMBING : LINA, S.E., M.Si. Palembang, 21 Februari 2024 Mengetahui, Dekan  Ming Chea, S.E., M.Si.  Suhayya Suci Kewal, S.E., M.Si.							
Catatan: Rencana Skripsi harus sudah diajukan kepada pembimbing selambat-lambatnya satu bulan sesudah permohonan penyusunan skripsi. Kartu Bimbingan ini adalah Kartu Bimbingan Skripsi Penganti tgl 4 September 2023.							
TGL	BAB	KETERANGAN	PARAF	TGL	BAB	KETERANGAN	PARAF
27/02 2024	I	- wawancara motor listrik Jellu - melihat top brand index - membuat tabel perbandingan harga					
06/03 2024	I	- mencari fenomena / kasus negatif pada motor listrik					
07/03 2024	I	- mencari data - data pendukung tiap variabel - membahas fenomena X dan Y					
22/03 2024	I	- menggolongkan masalah - masalah sesuai indikator variabel - membuat draft bab II					
05/04 2024	II	- mengevaluasi bab I - memperbaiki tabel & gambar					
18/04 2024	II	- mencari kumpulan jurnal terkait					
19/04 2024	III	- membahas kriteria responden - membuat pernyataan kuesioner					
14/05 2024	III	- membahas pernyataan dari masing - masing indikator tiap variabel					
15/05 2024	III	- memperbaiki pernyataan - pernyataan kuesioner yang tidak jelas					
21/05 2024	III	- bimbingan online via whatsapp - membagikan kuesioner kepada responden					
04/06 2024	IV	- membahas hasil SPSS 30 responden - menambah 20 responden					
06/06 2024	IV	- mengecek valid / tidak dari masing - masing tiap variabel					

## Lampiran 8. Surat Bebas Plagiarisme



### UNIVERSITAS KATOLIK MUSI CHARITAS

VERITAS ET SCIENTIA NOBIS LUMEN

FAKULTAS BISNIS DAN AKUNTANSI

#### SURAT KETERANGAN

Nomor: 060 / III / D3 – PP.180.03/7/24

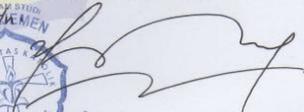
Berdasarkan hasil pemeriksaan tingkat kemiripan (*similarity index*) dengan menggunakan aplikasi Turnitin maka disampaikan bahwa:

No	NIM	Nama Lengkap	Similarity Index	Keterangan
1	2022028	Jevon The Awdi	22 %	Layak Ujian

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai salah satu kelengkapan berkas pendaftaran sidang skripsi.

Palembang, 10 Juli 2024

Ketua Program Studi Manajemen,

  
**Suramaya Suci Kewal, S.E., M.Si.**  
NIDN. 0215058403

## Lampiran 9. Persentasi Hasil Plagiarisme

### Pengaruh Kualitas Produk dan After Sales Service terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Listrik Selis di Kota Palembang

#### ORIGINALITY REPORT



#### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>eprints.ukmc.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>2</b>	<b>Submitted to Universitas Putera Batam</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>eprints.iain-surakarta.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>123dok.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>repository.untag-sby.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>eprints.undip.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>etheses.uin-malang.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>Submitted to Universitas Negeri Jakarta</b> Student Paper	<b>&lt;1%</b>