**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PELANGGAN
DALAM MEMILIH JASA SERVICE KOMPUTER ITSHAN INFOTIKA DI KOTA
TIMIKA**

Faris Rodolfo Nes

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambatan Bulan

Vaneesto@gmail.com

Qur Annisa Nurul Pratiwi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambatan Bulan

Anisaprtwo2@gmail.com

Ahmad Tomu

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambatan Bulan

ahmad.tomu12@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the factors that influence customer decisions in choosing computer services from Itshan Infotika in Timika. The data collected in this study is qualitative data in the form of statements from customer decisions in the form of questionnaires. The data analysis in this study used multiple linear regression. From the results of the analysis that has been carried out, it was found that service quality, reputation and security are factors that influence customer decisions in choosing Itshan Infotika computer services in Timika city. Thus, the most influential and significant factors are reputation and security.

Keywords: Service Quality, Reputation, Security and Customer Interest.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pelanggan dalam memilih jasa service komputer itshan infotika kota Timika Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data kualitatif berupa pernyataan dari Keputusan Pelanggan dalam bentuk kuisisioner. Analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Dari hasil analisis yang telah dilakukan ditemukan bahwa kualitas pelayanan, Reputasi dan Keamanan menjadi faktor yang menempengaruhi terhadap Keputusan Pelanggan dalam memilih jasa service komputer Itshan Infotika kota Timika. Dengan demikian faktor yang paling berpengaruh dan signifikan adalah Reputasi dan Keamanan.

Kata Kunci : KualitasLayanan, Reputasi, Keamanan dan Minat Pelanggan.

Pendahuluan

Pada era globalisasi, muncul banyak produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar akibat keterbukaan pasar. Sehingga munculah persaingan antar produsen dengan tujuan memenuhi kebutuhan pelanggan. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, pelaku bisnis harus tetap fokus pada pencapaian profit dan menjaga kepuasan pelanggan dalam pemenuhan kebutuhannya. Resistansi konsumen tampak pada kepuasan konsumen, yakni tingkat perasaan yang muncul dari individu setelah membandingkan kinerja dengan ekspektasinya (Thomas, et al, 2017). Konsumen akan merasa puas apabila kinerja di atas harapannya, dan sebaliknya konsumen akan kecewa apabila kinerja dibawah harapan (Chirtoper. 2012). Ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan hal tersebut terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai dan citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran.

Keputusan seseorang untuk memilih jasa service sangat di pengaruhi oleh kualitas pelayanan yang baik. Apabila pelanggan merasa puas, maka mereka akan memutuskan untuk kembali dan menggunakan jasa atau produk tersebut dan mereka juga dapat memberi rekomendasi kepada teman kenalan ataupun saudaranya agar menggunakan jasa di tempat tersebut.

Pentingnya pelayanan kepada pelanggan secara maksimal sangat mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan jasa service. perusahaan harus memulai meningkatkan kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam suatu usaha atau bisnis sehingga dapat memenangkan persaingan dalam pasar (Imansyah & Irawan, 2017).

Bersamaan dengan adanya perkembangan jaman yang dibarengi dengan kemajuan digital maupun teknologi saat ini terutama pada teknologi laptop. Dikarenakan laptop merupakan teknologi moderen penunjang bagi kita disaat bekerja maupun perkuliahan atau diwaktu membuat atau mengedit video maupun foto. Di kota Timika penjual Laptop cukup banyak yang sudah hadir dan meramaikan pasar, selain menjual laptop terdapat pelayanan Jasa Service laptop diantaranya kerusakan ringan atau berat bahkan mengganti sparepart laptop jika

memungkinkan dengan disertakan jaminan masa garansi dalam jangka waktu tertentu. Dengan perkembangan zaman yang semakin maju masyarakat di Kota Timika dituntut untuk mengikuti perkembangan mulai dari bekerja, belajar dan bersosial media di dunia maya, alhasil penggunaan teknologi khususnya laptop semakin banyak dan meningkat terus menerus dari tahun ketahun.

Dengan meningkatnya kebutuhan akan laptop tidak menutup kemungkinan terjadi kendala / kerusakan pada laptop yang rendah. Dalam hal ini permintaan untuk *Service* laptop juga akan meningkat jika kita amati di Kota Timika masih kurang banyak terdapat tempat yang melayani Jasa *Service* laptop. Untuk tempat maupun lokasi mudah didapat dan dikunjungi oleh warga Kota Timika. Paggilan untuk ikut bersaing menawarkan kelebihan-kelebihannya. Jasa pengerjaan *service* / perbaikan laptop ini pun untuk jangka waktunya bervariasi dalam arti tidak bisa 1 hari melainkan beberapa hari estimasi pekerjaan mulai dari 3 hari, 1 minggu bahkan hingga 2 minggu atau 1 bulan tergantung tingkat kerusakan atau *problem* yang terjadi pada laptop.

Untuk pendapatan atau biaya *service* di Kota Timika bervariasi, ada yang 300ribu, 500ribu hingga jutaan tergantung masalah yang didapat pada laptop yang memungkinkan diganti *sparepart* dan *instal* aplikasi. Ihsan Infotika merupakan salah satu tempat yang menerima dan melayani jasa *service* laptop atau komputer selain Galiela Komputer dan Mandiri Komputer di Kota Timika. Insan Infotika juga tergolong tempat *service* yang sudah lama berdiri, bisa dilihat dari bangunan masih menggunakan gedung lama, parkir juga tidak begitu luas dan lokasi dekat dengan pasar lama tepatnya Jl. Ahmad Yani Seberang Pin Selluler sekitar area Koperapoka. Untuk karyawan / tenaga kerja di Insan Infotika juga cukup banyak, bahkan ada yang bisa langsung selesai ditangani dan diambil tanpa harus meninggalkan laptop misal untuk *install* aplikasi ringan seperti Ms. Wor/Ms.Excell/Office. Namun berbeda cerita bila laptop mengalami kendala tidak dapat menyala / lambat saat akan dioperasikan sehingga harus dicek dan membutuhkan waktu dan diharuskan untuk ditinggal ditempat *service*. disinilah pelanggan berapa biaya yang harus dibayarkan, untuk biaya bervariasi mulai dari 300ribu - Jutaan untuk *service* laptop kita di Ihsan Infotika.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Jasa Service Komputer Di Itshan Infotika Kota Timika”.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian yang mendeskripsikan suatu gejala atau fenomena yang terjadi di lokasi usaha Jl. Bhayangkara No.39, Koperapoka, Kec. Mimika Baru, Kabupaten Mimika, Papua Tengah.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Data

Deskriptif Analisis Data

Berdasarkan hasil pengumpulan data dari variabel kualitas pelayanan (X_1), variabel Reputasi (X_2), variabel Keamanan (X_3) dan variabel Keputusan Pelanggan (Y), maka diperoleh nilai setiap variabel, baik variabel independent maupun variabel dependent

Tabel 5.1
Kualitas Layanan, Reputasi dan Keamanan
Descriptive Statistics

Keterangan	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Kualitas Layanan	100	20.00	40.00	32.1000	3.85468	14.859
Reputasi	100	8.00	16.00	12.8300	1.63951	2.688
Keamanan	100	21.00	48.00	39.6700	5.17971	26.829
Keputusan Pelanggan	100	8.00	16.00	12.8500	1.83333	3.361
Valid N (listwise)	100					

Sumber: Output SPSS (data diolah,2023).

Pada Tabel 5.1 menunjukkan gambaran bahwa nilai rata-rata dari setiap variabel kualitas pelayanan (X_1), variabel Reputasi (X_2), variabel Keamanan (X_3) lebih besar dari pada standar Deviation.

Uji Pengaruh Simultan (Uji f)

Uji pengaruh secara simultan menggunakan uji f untuk mengetahui apakah Kualitas Layanan (X_1), Reputasi (X_2) Keamanan (X_3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pelanggan (Y) pada jasa service komputer Itshan Infotika di Kota Timika dapat diterima kelayakannya. Uji simultan (uji f) dilakukan dengan melihat nilai signifikansi menggunakan ketentuan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$

Tabel 5.3
Hasil Hitung Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressi on	189.990	3	63.330	42.587	.000 ^b
	Residual	142.760	96	1.487		
	Total	332.750	99			

a. Dependent Variable: Minat Pelanggan

Sumber: Output SPSS (data diolah, 2023).

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 5.3 maka diperoleh nilai sig $0,00 < 0,05$ maka secara simultan Kualitas Layanan, Reputasi Dan Keamanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pelanggan dalam menggunakan jasa service

Uji Pengaruh Kualitas Layanan, Reputasi dan Keamanan Terhadap Keputusan Pelanggan

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan analisis regresi liner berganda dengan melihat nilai sig $\alpha = 0,05$. Berikut hasil kofisien regresi pengaruh kualitas pelayanan, Reputasi, dan Keamanan terhadap Keputusan Pelanggan terhadap jasa service Itshan Infotika. Hasil pengujian diperoleh nilai koefisien regresi sebagaimana digambarkan pada tabel 5.2 tersebut :

Tabel 5.2
Hasil Uji t Regresi Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.127	1.128		.998	.321
	Kualitas Layanan	.007	.043	.015	.170	.866
	Reputasi	.482	.113	.431	4.266	.000
	Keamanan	.134	.034	.378	3.899	.000

Sumber: Output SPSS (data diolah,2023).

Berdasarkan uji koefisien regresi tabel 5.2 diketahui bahwa Kualitas Layanan memiliki nilai sig 0,886 > 0,5 dengan demikian kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pelanggan. Sedangkan variabel Reputasi Dan Keamanan memiliki nilai sig 0,00 < 0,05 yang artinya kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pelanggan. Maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 1,12 + 0,007 X_1 + 0,48 X_2 + 0,134 X_3 + 1,128$$

Uji Determinan Uji (R)

Pengujian koefisien determinasi merupakan ukuran seberapa besar kontribusi atau sumbangan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar nilai koefisien determinasi menggambarkan semakin besar pula kemampuan variabel independent menjelaskan variabel dependen. Berikut hasil pengujian nilai koefisien determinasi.

Tabel 5.4
Uji Determinan Uji (R)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.756 ^a	.571	.558	1.21946
a. Predictors: (Constant), Keamanan, Kualitas Layanan, Reputasi				

Sumber: Output SPSS (data diolah, 2023).

Hasil analisis pada tabel 5.4, Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel diatas maka diperoleh nilai *Adjusted R-square* sebesar 0,558 (55,8%), artinya bahwa kemampuan variabel independen yang terdiri dari Kualitas Pelayanan (X_1), Reputasi (X_2) dan Keamanan (X_3) mempengaruhi variabel Keputusan Pelanggan Masyarakat (Y) sebesar 55,8%, sedangkan sisanya sebesar 44,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan Hasil Analisis

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hipotesis penelitian yang terbukti memiliki pengaruh signifikan namun ada juga hipotesis yang tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pelanggan pada jasa service komputer Ithsan Infotika kota Timika Berikut penjelasan secara detail.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pelanggan

Pengaruh kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pelanggan pada jasa service komputer Ithsan Infotika. Maka dari itu peneliti menyimpulkan bahwa Kualitas Layanan di Ithsan Infotika belum memadai. Sehingga untuk kualitas pelayanan dapat di katakana tidak berpengaruh secara signifikan.

Hal ini disebabkan karyawan tidak dapat menyelesaikan semua keluhan pelanggan dengan cepat dan juga kurang memahami secara spesifik kebutuhan Keputusan Pelanggan. hal ini dibuktikan dengan penilain yang diberikan oleh responden bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai 1,127 poin tetap atau tidak berubah

Pengaruh Reputasi terhadap Keputusan Pelanggan

Hasil dari uji menunjukkan bahwa Reputasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pelanggan pada jasa service komputer

Itshan infotika. Pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pelanggan jasa service komputer Itsan Infotika berdasarkan tanggapan responden dimana indikator yang mendapatkan jawaban dengan nilai tinggi dari para konsumen. Artinya Reputasinya yang baik di mata Pelanggan di Kota Timika dikarenakan Jasa service komputer ini telah berdiri cukup lama sejak 2001 dan jauh dari pemberitaan negatif. Hasil penelitian serupa pernah dilakukan (Riki Riswandi, 2019) Dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh langsung antara Reputasi terhadap Keputusan Pembelian memiliki pengaruh positif dan signifikan.

Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pelanggan

Pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pelanggan ini menunjukkan bahwa faktor Keamanan yang diberikan oleh Itsan Infotika merupakan salah satu alasan konsumen ingin melakukan service komputernya, dikarenakan tidak dipungkiri komputer menyimpan banyak data-data perusahaan konsumen yang rahasia sehingga dibutuhkan jaminan Keamanan untuk melakukan service. Dan kemudian masyarakat juga membutuhkan jaminan komputernya setelah di service bisa terbebas dari virus kemudian metode pembayaran yang dinilai masih kurang aman oleh masyarakat. Hasil penelitian serupa pernah dilakukan. (Raman Arasu dan Viswanathan A. 2011) menemukan bahwa faktor keamanan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pelanggan.

Pengaruh Kualitas Layanan, Reputasi, Keamanan Terhadap Keputusan Pelanggan

Hasil uji ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan, Reputasi, dan Keamanan yang diberikan Itshan Infotika secara umum mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pelanggan sebesar 55,8%, sedangkan sisanya sebesar 44,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dengan ini peneliti menyimpulkan bahwa Itsan Infotika perlu memperhatikan faktor-faktor lain yang berpotensi mempunyai pengaruh meningkatkan Keputusan Pelanggan untuk datang melukan service, seperti media promosi dan berbagai hal-hal lain yang berpotensi meningkatkan Keputusan Pelanggan. Karena tidak dipungkiri Kota Timika merupakan Kota Industri sehingga banyak

perusahaan yang beroperasi serta banyak masyarakat datang bekerja di kota ini dan pastinya membutuhkan perbaikan laptop namun terkendala ketidaktahuannya terhadap Itshan Infotika.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian SPSS dan hipotesis serta pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Kualitas Layanan, Reputasi, dan Keamanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pelanggan untuk menggunakan jasa service komputer Itshan Infotika Kota Timika.
- b. Kualitas Layanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan pelanggan. Sedangkan reputasi dan Keamanan Berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pelanggan untuk menggunakan jasa service komputer Itshan Infotika Kota Timika

Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan, adapun saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini yaitu :

- a) Untuk Itshan Infotika peneliti menyarankan agar lebih memperhatikan pelayanan serta memperbaiki pelayanan dalam melayani Keputusan Pelanggan sehingga Kualitas Layanan bisa menjadi salah satu faktor alasan konsumen ingin datang melakukan service komputer.
Untuk itu juga peneliti menyarankan agar karyawan Itshan Infotika dapat diberikan pelatihan untuk dapat memberikan pelayanan yang maksimal dan pada akhirnya faktor pelayanan bisa menjadi pertimbangan konsumen untuk datang melakukan service komputernya.
- b) Service Komputer Itshan Infotika dapat mempertahankan Reputasi dan Keamanan dalam menangani atau memperbaiki komputer pelanggannya dan juga dapat menanggapi dengan cepat segala keluhan konsumen terhadap produk laptop atau komputer agar citra dan Reputasi Perusahaan tetap terjaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, C. A., & Hellianto, G. R. (2020). Pengaruh Reputasi Terhadap Minat Pelanggan Beli Produk Skincare di Shopee. *Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal*, 2(1), 39–52. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v2i1.6050>
- Along, A. (2020). Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 006(01), 94–99. <https://doi.org/10.21776/ub.jiap.2020.006.01.11>
- Chumairoh, F. (2021). Tekanan Sosial Budaya Dan Perkawinan Anak Dalam Perspektif the Looking-Glass Self. *Jurnal Partisipatoris*, 3(1), 1–11.
- Imansyah, I., & Irawan, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Kerta Gaya Pusaka Cabang Kandangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 3(3), 325–334. <https://doi.org/10.35972/jieb.v3i3.133>
- Khairil, Indra, K., & Harry, A. (2012). Permainan Dalam Perhitungan Perkalian Berbasis Online Menggunakan Flash. *Jurnal Media Infotama*, 8(2), 18–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.37676/jmi.v8i2.80>
- Komala, R. D. (2017). Jurnal Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom. *Jurnal Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom*, 3(2), 330–337.
- Mahyarni, M. (2013). Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal EL-RIYASAH*, 4(1), 13. <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>
- Maulidiyah, N. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Pelanggan Beli Online Melalui Media Sosial (Studi Pada Konsumen Online Shop). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2), 1–12. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7639>
- Njoto, T. K. (2016). Cita Rasa Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bumi Anugerah. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(4), 455–463.
- Ramadhani, S. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Call Center Bpd Kaltim Cabang Samarinda. *EJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(3), 743–756.
- Romadhoni, M. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Pelanggan Beli Ulang Konsumen Di Lazada. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(2), 355–362. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i2.1428>
- Sari, D. Y., Sasongko, & Julianto, D. E. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Reputasi Perusahaan , Atribut Produk , Dan Cita Rasa Terhadap Minat Pelanggan Beli Ulang Konsumen Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Konsumen Pujasera Jl . PB . Sudirman

Jember). Repository Universitas Jember.
<http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/59138>

Soraya, I. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pelanggan Jakarta Dalam Mengakses Fortal Media Jakarta Smart City. *Jurnal Komunikasi*, 6(1), 10–23.

Sriyanto, A., & Utami, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone di Jakarta. *Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 163–175.

Sufiyanti, E., Sayutu, A. J., & Windarti, A. O. (2017). Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Minimarket. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 3(1), 43. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v3i1.545>

Yanuardianto, E. (2019). Teori Kognitif Sosial Albert Bandura (Studi Kritis Dalam Menjawab Problem Pembelajaran di Mi). *Auladuna: Jurnal Prodi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah*, 1(2), 94–111. <https://doi.org/10.36835/au.v1i2.235>