



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERVIS KOMPUTER DI KECAMATAN BINA WIDYA, KOTA PEKANBARU



OLEH :

RIYAN FATUR FRIANSYAH

NIM : 12270115447

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

TAHUN 2026 M/1447 H



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

NAMA :
NIM :
PROGRAM STUDI :
KONSENTRASI :
FAKULTAS :
SEMESTER :
JUDUL :

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

: RIYAN FATUR FRIANSYAH
 : 12270115447
 : SI MANAJEMEN
 : MANAJEMEN PEMASARAN
 : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 : VIII (DELAPAN)
 : PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN,
 DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
 KEPUASAN PELANGGAN SERVIS KOMPUTER DI
 KECAMATAN BINAWIDYA, KOTA PEKANBARU

DISETUJUI OLEH
 PEMBIMBING

Fakhurrozi, S.E., M.M
 NIP. 196707252000031002

MENGETAHUI,

DEKAN

Dr. Desri Miftah, S.E., M.M., Ak, CA
 NIP. 197404122006042002



KETUA PROGRAM STUDI

Susnaningsih Mu'at, S.E., M.M., Ph.D
 NIP. 197309092006042001

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Riyan Fatur Friansyah
 Nim : 12270115447
 Program Studi : S1 Manajemen
 Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
 Judul : Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Servis Komputer Di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru
 Tanggal Ujian : 9 Maret 2026

TIM PENGUJI

Ketua

Dr. Mulia Sosiady, S.E, M.M, Ak.CA
 NIP. 19761217 200901 1 014

Sekretaris

Diana Eravia, S.E, M.Si
 NIP. 198611262015031004

Penguji 1

Saipul Alsukri, S.E, M.Si
 NIP. 198601082019031007

Penguji 2

Fakhrurrozi, S.E, M.M
 NIP. 196707252000031002

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riyan Fatur Friansyah
NIM : 12270115447
Tempat/Tgl. Lahir : 22 April 2003
Fakultas/Pascasarjana : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Prodi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERVIS KOMPUTER DI KECAMATAN BINAWIDYA, KOTA PEKANBARU”**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa .

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundangundangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 05 Februari 2026
Yang membuat pernyataan



RIYAN FATUR FRIANSYAH
NIM 12270125257

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERVIS KOMPUTER DI KECAMATAN BINAWIDYA, KOTA PEKANBARU

Oleh :

RIYAN FATUR FRIANSYAH
12270115447

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh secara simultan maupun parsial Persepsi Harga (X_1), Kepercayaan (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) jasa servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru. Variabel independen pada penelitian ini adalah Persepsi Harga (X_1) dengan indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas layanan, kesesuaian harga dengan manfaat, dan daya saing harga; Kepercayaan (X_2) dengan indikator niat baik, integritas, dan kompetensi; serta Kualitas Pelayanan (X_3) dengan indikator berwujud, kehandalan, daya tanggap, jaminan atau kepastian, dan empati. Variabel dependen pada penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y) dengan indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah menjadi pelanggan jasa servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru. Teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Data yang diperoleh dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan alat analisis berupa uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear berganda, dan pengujian hipotesis dengan uji F dan uji t dengan bantuan program Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 25. Dari hasil analisis statistik diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Persepsi Harga (X_1) dan Kepercayaan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan Kualitas Pelayanan (X_3) tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan F hitung $>$ F tabel. Sumbangan koefisien determinasi (R^2) sebesar 78,1% (Adjusted $R^2 = 77,4\%$), sedangkan sisanya 21,9% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Servis Komputer

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, karunia dan hidayah-Nya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tak lupa pula shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW sebagai uswatun khasanah dalam hidup ini yang telah menuntun umatnya dari alam kegelapan menuju alam yang terang benderang.

Alhamdulillah, penulis telah dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Servis Komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru”

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Program Studi Manajemen Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Suatu kehormatan bagi penulis untuk mempersembahkan yang terbaik kepada almamater, kedua orang tua, seluruh keluarga dan juga pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih kepada :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Ibu Prof Dr. Leny Nofianti, MS, SE, M.Si, Ak, CA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta seluruh jajaran pimpinan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di kampus tercinta ini.
2. Ibu Dr. Desrir Miftah, S.E, M.M, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan fasilitas dan kemudahan selama penulis menjalani perkuliahan.
3. Ibu Dr. Nurlasera, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Khairil Henry, S.E., M.Si., Ak selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Dr. Mustiqowati Ummul F, S.Pd., M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Susnaningsih Mu'at, S.E, M.M, Ph.D selaku Ketua Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan arahan dan motivasi kepada penulis selama menjalani perkuliahan.
5. Ibu Fitri Hidayati, S.E., M.M. selaku Sekretaris Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak/Ibu selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Fakhurrozi, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dengan penuh kesabaran dalam



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- memberikan bimbingan, arahan, saran, dan motivasi yang sangat berharga kepada penulis sehingga proposal skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan wawasan yang sangat bermanfaat kepada penulis selama menempuh pendidikan di kampus tercinta ini.
 9. Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah membantu dan memberikan kemudahan dalam pengurusan administrasi selama masa perkuliahan.
 10. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta, Ayahanda dan Ibunda yang telah memberikan kasih sayang yang tiada tara, doa yang tak pernah putus, dukungan moril dan materil, serta pengorbanan yang luar biasa demi keberhasilan pendidikan penulis. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, keberkahan, dan kebahagiaan kepada beliau berdua. Terima kasih atas segala pengorbanan dan perjuangan yang telah diberikan.
 11. Terimakasih kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya yang tidak bisa saya sebutkan identitasnya, yang menjadi bagian dalam proses perjalanan penulis dalam menulis skripsi ini, yang berkontribusi dalam waktu, menemani, mendengarkan keluh kesah penulis dan memberikan support dalam proses penulisan skripsi ini.
 12. Sahabat Surga seperjuangan terima kasih atas kebersamaan, kerjasama, dukungan, dan motivasi yang telah kita lalui bersama selama masa



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perkuliahan. Semoga persahabatan kita tetap terjaga dan kesuksesan selalu menyertai kita semua.

13. Sahabat-sahabat seperjuangan penulis di Jurusan Manajemen angkatan 2022, khususnya teman-teman Lokal B dan Konsentrasi Manajemen Pemasaran, terima kasih atas kebersamaan, kerjasama, dukungan, dan motivasi yang telah kita lalui bersama selama masa perkuliahan.

14. Teman-teman PKL (Praktek Kerja Lapangan) di PTPN IV REGIONAL III dan teman-teman KKN (Kuliah Kerja Nyata) di Desa Gema dan, terima kasih atas kerjasama, pengalaman, dan kenangan indah yang telah kita ciptakan bersama.

Akhirnya dengan segala keterbukaan dan ketulusan, penulis persembahkan skripsi ini sebagai upaya pemenuhan salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada UIN Sultan Syarif Kasim Riau dan semoga skripsi yang penulis persembahkan ini bermanfaat. Kesempurnaan hanyalah milik Allah dan kekurangan tentu datangya dari penulis. Kiranya dengan semakin bertambahnya wawasan dan pengetahuan, kita semakin menyadari bahwa Allah adalah sumber segala sumber ilmu pengetahuan sehingga dapat menjadi manusia yang bertakwa kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*.

Pekanbaru, 23 Februari 2026

Penulis

Riyan Fatur Friansyah

12270115447

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Manajemen Pemasaran	14
2.2 Pemasaran Jasa	15
2.3 Kepuasan Pelanggan	16
2.4 Persepsi Harga	21
2.5 Kepercayaan.....	28



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.6 Kualitas Pelayanan.....	35
2.7 Penelitian Terdahulu	43
2.8 Kerangka Berpikir.....	47
2.9 Operasional Variabel.....	49
2.10 Hipotesis Penelitian	50
BAB III	52
METODE PENELITIAN	52
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	52
3.2 Jenis Data	52
3.3 Sumber Data.....	53
3.4 Populasi dan Sampel	54
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.6 Metode Analisa Data.....	57
3.7 Teknik Analisis Data.....	57
BAB IV	66
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	66
4.1 Sejarah dan Profil Kecamatan Binawidya	66
4.2 Gambaran Umum Industri Servis Komputer di Kecamatan Biawidya	70
BAB V.....	74



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	74
5.1 Karakteristik Responden	74
5.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	79
5.3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	86
5.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	89
5.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	95
5.6 Hasil Hipotesis Penelitian	97
5.7 Pembahasan.....	102
BAB VI.....	110
KESIMPULAN DAN SARAN	110
6.1 Kesimpulan	110
6.2 Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN.....	123

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kategori Layanan Servis Komputer.....	2
Tabel 1.2 Data Usaha Servis Komputer di Kecamatan Binawidya	3
Tabel 1.3 Hasil Survei Customer Satisfaction Score (CSAT)	5
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	43
Tabel 2.2 Operasional Variabel.....	49
Tabel 3.1 Kriteria Pengujian	65
Tabel 4.1 Data Demografis Kecamatan Binawidya Tahun 2022.....	67
Tabel 4.2 Sebaran Penduduk Menurut Kelurahan di Kecamatan Binawidya Tahun 2022	68
Tabel 4.3 Sebaran Usaha Servis Komputer Berdasarkan Lokasi.....	71
Tabel 4.7 Kategori Layanan Servis Komputer.....	68
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	75
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	76
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pernah Servis Komputer/Laptop	77
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Layanan Servis Komputer yang Pernah Digunakan	78
Tabel 5.6 Kategori Penilaian Rentang Skala.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	47
Gambar 5.1 Hasil Uji Normalitas.....	91
Gambar 5.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	93



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri servis komputer di Indonesia turut mengalami perkembangan seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Pertumbuhan ini berjalan paralel dengan meningkatnya penetrasi digital dan transformasi teknologi di berbagai sektor kehidupan. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221 juta jiwa, menunjukkan tingkat penetrasi sebesar 79,5% dari total populasi. Pertumbuhan digital yang signifikan ini berdampak langsung pada meningkatnya kebutuhan akan perangkat komputer dan layanan teknologi pendukungnya.

Seiring dengan meningkatnya penggunaan komputer dan laptop dalam kegiatan ekonomi dan kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, kebutuhan akan layanan perbaikan dan pemeliharaan komputer pun ikut bertambah. Penggunaan intensif membuat perangkat rentan terhadap kerusakan hardware maupun software, mulai dari masalah ringan seperti instalasi program hingga kerusakan berat seperti motherboard atau hard disk. Kondisi ini membuka peluang bagi berkembangnya usaha jasa servis komputer yang menyediakan layanan perbaikan, perawatan, dan upgrade komponen untuk memenuhi kebutuhan pengguna.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.1 Kategori Layanan Servis Komputer

No	Jenis Layanan	Deskripsi Layanan
1.	Perbaikan hardware	Perbaikan kerusakan fisik komputer seperti RAM, SSD, HDD, keyboard, dan layar yang rusak dapat diganti dengan yang baru.
2.	Pemasangan dan Pengaturan Software	Instalasi sistem operasi, aplikasi perkantoran (Microsoft Office), hingga perangkat lunak desain grafis (Adobe Photoshop).
3.	Pembersihan komponen computer	Pembersihan kipas pendingin, motherboard, kartu grafis, RAM, kabel, dan port menggunakan kuas halus, blower, dan alkohol isopropil.
4.	Perakitan computer	pemasangan prosesor, heatsink, motherboard, RAM, power supply, kabel, drive, hingga kartu adapter
5.	Pemeliharaan berkala	perawatan software (tune up, update antivirus, scan virus, backup data, registry cleaner) dan perawatan hardware (membersihkan casing, mouse, power supply, keyboard, monitor, motherboard, serta mengecek kondisi keyboard dan expansion card).

Sumber: *Startup Komputer*

Kota Pekanbaru sebagai ibu kota Provinsi Riau memiliki karakteristik unik sebagai pusat perdagangan sekaligus pusat pemerintahan yang strategis. Pertumbuhan ekonomi yang pesat di kota ini turut mendorong meningkatnya penetrasi teknologi di kalangan masyarakat. Salah satu wilayah yang menonjol adalah Kecamatan Binawidya, yang dikenal sebagai kawasan pendidikan karena banyak mahasiswa Universitas Riau dan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim yang tinggal atau kost di wilayah ini. Berdasarkan data Statistik Pendidikan Kota Pekanbaru tahun 2024, jumlah mahasiswa di Kota Pekanbaru mencapai 67.442 jiwa. Kondisi ini menjadikan Binawidya sebagai salah satu area dengan tingkat penggunaan teknologi komputer tertinggi di Pekanbaru, sekaligus menciptakan permintaan yang tinggi terhadap layanan teknologi, termasuk jasa servis dan perbaikan komputer.

Tabel 1.2 Data Usaha Servis Komputer di Kecamatan Binawidya

No	Nama Toko	Alamat	Penilaian Pelanggan	Jumlah Ulasan	Layanan Utama
1.	Brotek Computer	Jl. HR. Soebrantas	4,9	40	Servis komputer dan Sparepart, Accesories
2.	Fahesa komputer	Jl. Binakrida Unri	5,0	3	Jual Beli dan Servis Laptop
3.	Harapan Komputer	Jl. Manyar Sakti	3,1	9	Jual Beli Laptop, Upgrade & Servis
4.	Wahana Komputer	Jl. Bangau Sakti	4,5	20	Jual Beli Laptop & Servis
5.	Divren Computer	Jl. Garuda Sakti	4,4	174	Service Laptop, Service Macbook, Service Printer
6.	Man Computer	Jl. Binakrida Unri	4,8	10	Service dan Jual Beli Laptop dan Komputer
7.	Azzah Computer	Jl. Rajawali Sakti	5,0	2	Service Komputer dan Laptop
8.	Rey Komputer	Jl. Balam Sakti	5,0	3	Jual Beli dan Servis Laptop
9.	Zhafran Servis Komputer	Jl. Melati Indah	4,9	128	Servis komputer
10.	Izdihaar Laptop	Jl. Balam Sakti	5,0	6	Servis dan Jual Beli laptop
11.	Ades Computer	Jl. Binakrida Unri	4,6	63	Servis dan Jual Beli Laptop
12.	Wong 5 Komputer	Jl. Bangau Sakti	4,6	70	Servis, Sparepart dan Jual Beli laptop
13.	Central 2 Computer	Jl. Manyar Sakti	4,6	62	Servis, Sparepart dan Jual Beli laptop
14.	Ranah Laptop	Jl. Bangau Sakti	5,0	14	Jual Beli dan Servis Laptop
15.	Fatih Computer	Jl. Manyar Sakti	5,0	10	Servis, Sparepart dan Jual Beli laptop

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

16.	Liber Computer	Jl. Merpati Sakti	4,4	39	Servis Komputer dan Jual Beli
17.	Aha Computer	Jl. Manyar Sakti	5,0	14	Toko Laptop dan Servis
18.	EPC (Abang Laptop Pekanbaru)	Jl. Binakrida Unri	4,4	77	Jual Beli dan Servis Laptop
19.	Panglima Computer	Jl. Balam Sakti	4,3	9	Servis Komputer dan Jual Beli Laptop
20.	Mecha Computer	Jl. Kamboja	5,0	122	Menjual dan Servis HP dan Laptop

Sumber: Observasi Google Maps, 2025

Berdasarkan observasi melalui Google Maps yang dilakukan pada tahun 2025, teridentifikasi setidaknya 20 unit usaha jasa servis komputer di Kecamatan Binawidya, dengan penilaian pelanggan yang bervariasi antara 3,1 hingga 5,0. Persebaran usaha ini menunjukkan tingginya kompetisi dalam industri jasa servis komputer, dengan jumlah ulasan pelanggan yang berkisar dari 2 hingga 174 ulasan, yang mengindikasikan tingkat kepercayaan dan pengalaman pelanggan yang beragam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.3 Hasil Survei Customer Satisfaction Score (CSAT)

No	Tingkat Kepuasan	Jumlah Responden	Persentase (%)	Keterangan
1	Sangat Puas (Skor 5)	3	15%	Dihitung dalam CSAT
2	Puas (Skor 4)	14	70%	Dihitung dalam CSAT
3	Netral (Skor 3)	0	0%	Tidak dihitung
4	Tidak Puas (Skor 2)	3	15%	Tidak dihitung
5	Sangat Tidak Puas (Skor 1)	0	0%	Tidak dihitung
Total Responden		20	100%	
Skor CSAT		$17 \div 20 \times 100\% = 85\%$		Kepuasan Baik

Sumber: Data Primer, Survei Penelitian

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas, hasil survei menunjukkan bahwa dari 20 responden, sebanyak 14 responden menyatakan “Puas” (70%) dan 3 responden menyatakan “Sangat Puas” (15%), sehingga total responden yang merasa puas berjumlah 17 orang. Sementara itu, 3 responden lainnya (15%) menyatakan “Tidak Puas”, dan tidak ada satu pun responden yang menyatakan “Sangat Tidak Puas” maupun “Netral”. Berdasarkan perhitungan CSAT, diperoleh skor sebesar 85% yang berasal dari 17 responden puas dibagi 20 total responden dikali 100%. Meskipun skor tersebut tergolong baik, terdapat 15% responden (3 dari 20 orang) yang masih menyatakan ketidakpuasan. Fida et al. (2020) membuktikan bahwa ketidakpuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berpindah ke penyedia layanan lain, di mana pelanggan yang tidak puas cenderung mencari alternatif kompetitor yang dianggap lebih

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mampu memenuhi harapan mereka. Bahkan tingkat ketidakpuasan pelanggan sebesar 10–20% sudah cukup untuk mendorong perpindahan pelanggan kepada kompetitor, yang pada akhirnya berdampak pada kelangsungan dan profitabilitas usaha jasa. Kondisi ini, dikombinasikan dengan variasi rating Google Maps yang berkisar antara 3,1 hingga 5,0, memperkuat urgensi penelitian untuk mengkaji secara ilmiah faktor-faktor yang paling signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan jasa servis komputer di Kecamatan Binawidya.

Di tengah ketatnya kompetisi bisnis saat ini, tingkat kepuasan Pelanggan telah menjadi faktor kunci yang menentukan kelangsungan usaha jasa servis komputer. Pelanggan yang merasa puas bukan hanya cenderung tetap setia menggunakan layanan, melainkan juga turut membantu memperkuat citra usaha melalui rekomendasi dari mulut ke mulut yang sangat berpengaruh di zaman serba digital seperti sekarang.

Penelitian Desla & Aswan (2023) telah membuktikan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan perbaikan komputer dipengaruhi oleh beragam faktor yang kompleks. Namun, dalam konteks lokal Kecamatan Binawidya, identifikasi faktor-faktor spesifik yang mempengaruhi kepuasan pelanggan masih memerlukan kajian mendalam. Observasi awal mengindikasikan bahwa harga layanan, kepercayaan pelanggan dan kualitas pelayanan menjadi variabel-variabel kritis yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Persepsi harga layanan menjadi pertimbangan utama konsumen dalam memilih penyedia jasa servis komputer, terutama dalam konteks mahasiswa dan masyarakat umum yang memiliki sensitivitas harga yang tinggi. Kepercayaan pelanggan terhadap penyedia jasa servis menjadi faktor krusial karena pelanggan menyerahkan perangkat yang bernilai tinggi dan mengandung data penting kepada teknisi, sehingga kepercayaan terhadap kompetensi, integritas, dan niat baik penyedia layanan sangat mempengaruhi keputusan pemilihan jasa servis. Kualitas pelayanan berperan penting dalam menentukan kepuasan pelanggan, mencakup aspek keandalan dalam menyelesaikan masalah, daya tanggap teknisi, jaminan kualitas perbaikan, empati terhadap kebutuhan pelanggan, serta bukti fisik berupa fasilitas dan peralatan yang memadai.

Dalam industri jasa servis komputer di Kecamatan Binawidya yang sangat kompetitif dengan sekitar 20 unit usaha, pelanggan menghadapi kesulitan dalam menentukan pilihan layanan. Berdasarkan data observasi Google Maps tahun 2025, terdapat variasi penilaian yang cukup besar, mulai dari 3,1 hingga 5,0, serta perbedaan jumlah ulasan antara 2 hingga 174 ulasan. Kondisi ini menimbulkan kebingungan bagi pelanggan dalam menilai kredibilitas dan kualitas layanan yang sebenarnya. Beberapa usaha dengan rating sempurna 5,0 hanya memiliki 2–3 ulasan, sehingga menimbulkan keraguan terhadap keakuratan dan keandalan penilaian tersebut.

Penelitian ini memilih kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen karena variabel tersebut mampu menggambarkan hasil akhir dari hubungan yang terjalin antara pemberi layanan dan pelanggan. Kepuasan pelanggan dianggap sebagai parameter menyeluruh yang dapat memperlihatkan bagaimana penilaian pelanggan terhadap seluruh pengalaman layanan yang mereka dapatkan. Khususnya dalam bidang usaha layanan perbaikan komputer, kepuasan pelanggan memiliki ciri khas tersendiri. Hal ini terjadi karena layanan tersebut tidak hanya menyentuh aspek teknis semata, tetapi juga mencakup elemen-elemen non-teknis yang sama pentingnya. Secara keseluruhan, kepuasan pelanggan yang tinggi akan mendorong loyalitas dan meningkatkan pembelian ulang yang pada akhirnya berkontribusi pada keberlanjutan dan profitabilitas usaha dalam persaingan industri yang semakin kompetitif (Kurniawan & Tjahjadi, 2024).

Penelitian ini menjadi relevan mengingat belum adanya kajian komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan jasa servis komputer di Kecamatan Binawidya. Pemahaman mendalam terhadap dinamika kepuasan pelanggan akan memberikan insight berharga bagi pelaku usaha dalam merancang strategi peningkatan kualitas payanan dan membantu konsumen dalam membuat keputusan yang lebih informed dalam memilih penyedia jasa servis komputer. Berdasarkan uraian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Servis Komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru".

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru?
2. Apakah Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru?
4. Apakah persepsi harga, kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Memperkuat Fondasi Keilmuan Manajemen Pemasaran: Studi ini menghadirkan perspektif baru dalam memahami perilaku konsumen jasa teknologi, khususnya bagaimana determinan kepuasan pelanggan bekerja secara bersamaan dalam industri servis komputer. Temuan penelitian mampu mengisi kekosongan teoritis yang selama ini belum terjamah secara menyeluruh oleh peneliti sebelumnya, terutama dalam menganalisis efek gabungan dari empat variabel kunci yang diteliti.
- b. Melengkapi Konseptualisasi Kepuasan Pelanggan Era Digital: Penelitian ini menawarkan kerangka konseptual yang lebih matang untuk memahami dinamika kepuasan pelanggan dalam konteks layanan teknologi modern. Integrasi antara faktor tradisional seperti persepsi harga dan kepercayaan dengan elemen kontemporer seperti kualitas pelayanan.
- c. Memberikan Validasi Empiris Teori Pemasaran Jasa: Kajian ini berperan dalam menguji keabsahan teori-teori pemasaran jasa yang sudah ada ketika diterapkan pada sektor teknologi informasi di

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Indonesia. Validasi empiris seperti ini sangat diperlukan untuk memastikan bahwa konsep-konsep teoretis yang berkembang di negara maju tetap aplikabel dalam konteks sosio-ekonomi Indonesia.

- d. Memperluas Cakrawala Akademik Pemasaran Jasa: Hasil penelitian ini menambah referensi ilmiah yang dapat dimanfaatkan kalangan akademisi untuk pengembangan kurikulum dan materi pembelajaran. Kontribusi keilmuan ini juga membuka peluang bagi peneliti lain untuk mengeksplorasi variabel-variabel lain yang belum tersentuh dalam penelitian ini.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi Pemilik Usaha Servis Komputer: Penelitian ini akan memberikan gambaran yang jelas mengenai hal-hal apa saja yang benar-benar diperhatikan pelanggan ketika mereka menilai kualitas layanan servis komputer. Dengan memahami prioritas konsumen ini, pemilik usaha bisa lebih tepat sasaran dalam memperbaiki aspek-aspek yang memang berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Bagi Pelanggan: Masyarakat yang membutuhkan jasa servis komputer akan mendapat panduan praktis tentang hal-hal yang sebaiknya dipertimbangkan sebelum memilih tempat servis. Hal ini penting mengingat masih banyak konsumen yang belum tahu

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

indikator apa saja yang menunjukkan kualitas sebuah layanan servis komputer.

- c. Bagi Pemerintah Daerah: Data dari penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan program pembinaan untuk usaha kecil menengah di bidang teknologi. Pemerintah daerah bisa lebih fokus memberikan pelatihan atau bantuan pada aspek-aspek yang terbukti paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- d. Bagi Kalangan Akademis: Bagi mahasiswa yang sedang mengerjakan tugas akhir dengan tema sejenis, penelitian ini dapat menjadi referensi atau *starting point* untuk mengembangkan riset yang lebih mendalam.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN Bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA Bab ini berisi landasan teori yang berkaitan dengan manajemen pemasaran, pemasaran jasa, kepuasan pelanggan, persepsi harga, kepercayaan, dan kualitas pelayanan. Selain itu, bab ini juga memuat pandangan Islam, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, meliputi lokasi dan waktu penelitian, jenis dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV: GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN Bab ini menyajikan gambaran umum tentang industri servis komputer di Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru sebagai lokasi penelitian.

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN Bab ini memaparkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian sesuai dengan rumusan masalah dan hipotesis yang telah ditetapkan.

BAB VI: PENUTUP Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang relevan untuk berbagai pihak yang berkepentingan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian dari program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan memelihara pertukaran yang dapat menguntungkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, pengarahan dan pengawasan.

Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi yang lebih efisien yang dikenal dengan istilah fungsi manajemen. Dalam fungsi manajemen pemasaran diperlukan kegiatan untuk menganalisis pasar dan lingkungan pemasaran sehingga dapat diketahui seberapa peluang untuk mendapatkan pasar dan menilai seberapa ancaman yang akan dihadapi.

Manajemen pemasaran sesungguhnya adalah manajemen permintaan. Manajer pemasaran mengelola permintaan dengan melakukan riset pemasaran, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program pemasaran (Eviyanti et al., 2023).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2 Pemasaran Jasa

Definisi pemasaran jasa dapat di bedakan menjadi dua bagian baik secara sosial maupun manajerial. Secara sosial, pemasaran jasa adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan serta inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk jasa yang bernilai dengan pihak lain. Secara manajerial, adalah proses Perencanaan, Pelaksanaan Pemikiran, Penetapan Harga, Promosi, dan Penyaluran Gagasan tentang produk jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu dan organisasi. Jasa (services) berbeda dengan goods (produk) karena secara kasat mata jasa tidak dapat dilihat dan dapat menimbulkan berbagai cara dan kegiatan dalam mengembangkan strategi pemasaran.

Payne (2000) mengatakan bahwa jasa sebagai aktivitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen (nilai dan manfaat) intangible yang berkaitan dengannya, yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang barang milik dan tidak menghasilkan perubahan kepemilikan dalam kondisi bisa saja muncul dan produksi suatu jasa bisa juga tidak berkaitan dengan produk fisik. Jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya: kursus, bengkel mobil, salon kecantikan, hotel, lembaga pendidikan, dan lain-lain. Ada enam karakteristik jasa yang perlu diperhatikan oleh penyedia jasa yaitu intangibility (jasa tidak tampak), Perishability (jasa tidak dapat disimpan), Heteroginity (jasa bervariasi), inseparability (jasa tidak dapat dipisahkan antara produksi dan konsumsi),

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

people based (jasa sangat tergantung pada kinerja seseorang) dan contact customer (hubungan secara langsung dengan konsumen) (Fatihudin dan Firmansyah., 2019).

2.3 Kepuasan Pelanggan

2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi keseluruhan yang dilakukan konsumen terhadap pengalaman menggunakan produk atau jasa berdasarkan perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kenyataan yang diterima setelah menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut penelitian dalam industri teknologi, kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi terhadap kinerja suatu produk dengan ekspektasi yang dimilikinya (Asep Surahmat, 2023).

Dalam konteks servis komputer, kepuasan pelanggan menjadi sangat penting karena melibatkan kepercayaan konsumen terhadap kemampuan teknisi dalam menangani perangkat yang bernilai tinggi dan mengandung data penting. Kepuasan pelanggan juga dapat dipahami sebagai hasil dari proses evaluasi kompleks di mana konsumen membandingkan pengorbanan yang telah dikeluarkan dengan manfaat yang diperoleh dari layanan yang dikonsumsi (Asep Surahmat, 2023).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.3.2 Konsep Dasar Kepuasan Pelanggan

Konsep kepuasan pelanggan dibangun atas dasar teori ekspektasi konfirmasi yang menyatakan bahwa kepuasan merupakan fungsi dari ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi kinerja setelah pembelian. Apabila kinerja yang dirasakan melebihi ekspektasi, maka akan terjadi diskonfirmasi positif yang menghasilkan kepuasan. Sebaliknya, jika kinerja yang dirasakan lebih rendah dari ekspektasi, akan terjadi diskonfirmasi negatif yang menghasilkan ketidakpuasan (Khoirun Nisa, 2012).

Dalam industri servis komputer, konsep ini relevan karena pelanggan memiliki ekspektasi tertentu mengenai kualitas perbaikan, waktu penyelesaian, harga yang wajar, dan perlakuan terhadap perangkat mereka. Pemenuhan atau bahkan melebihi ekspektasi tersebut akan menciptakan pengalaman positif yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan (Khoirun Nisa, 2012).

2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dalam konteks servis komputer. Penelitian pada Toko Dokter Komputer menunjukkan bahwa kualitas layanan, citra merek, dan kewajaran harga secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan (Desta Pasura Sartika, 2025).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Kualitas Layanan: Kemampuan teknisi, kecepatan penanganan, ketepatan diagnosis masalah, dan hasil perbaikan yang memuaskan.
2. Harga: Kesesuaian biaya dengan kualitas layanan, transparansi harga, dan perbandingan dengan kompetitor.
3. Fasilitas Fisik: Kondisi tempat usaha, kebersihan, dan kenyamanan ruang tunggu.
4. Komunikasi dan Interaksi: Kemampuan staf menjelaskan masalah teknis, memberikan estimasi waktu dan biaya, serta responsivitas.
5. Keandalan: Konsistensi dalam memberikan layanan, menyelesaikan masalah pada percobaan pertama, serta memenuhi janji.
6. Lokasi dan Aksesibilitas: Kemudahan akses, ketersediaan parkir, dan lokasi strategis (Desta Pasura Sartika, 2025).

2.3.4 Dimensi Kepuasan Pelanggan

Dalam mengukur kepuasan pelanggan, terdapat beberapa dimensi acuan. Studi pada PT. Kawi Pusaka Raharja menegaskan bahwa dimensi yang dominan antara lain bukti fisik (tangible), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy) (Ruliaty, 2022).

1. Kepuasan Terhadap Produk/Layanan: Evaluasi konsumen terhadap hasil perbaikan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Kepuasan Terhadap Harga: Persepsi kewajaran harga dibandingkan nilai yang diperoleh.
3. Kepuasan Terhadap Layanan: Evaluasi proses pemberian layanan.
4. Kepuasan Terhadap Fasilitas: Penilaian terhadap sarana dan prasarana penyedia layanan.
5. Kepuasan Secara Keseluruhan: Evaluasi menyeluruh atas pengalaman pelanggan (Ruliaty, 2022).

2.3.5 Tingkat Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil evaluasi, tingkat kepuasan dapat dikategorikan ke dalam beberapa level. Penelitian menggunakan algoritma pada pusat servis komputer menemukan adanya klasifikasi kepuasan yang berjenjang mulai dari sangat puas hingga sangat tidak puas, tergantung kesesuaian layanan dengan ekspektasi pelanggan (Asep Surahmat, 2023).

1. Sangat Puas: Kinerja jauh melebihi ekspektasi.
2. Puas: Kinerja sesuai atau sedikit melebihi ekspektasi.
3. Cukup Puas: Kinerja memenuhi ekspektasi minimum.
4. Tidak Puas: Kinerja berada di bawah ekspektasi.
5. Sangat Tidak Puas: Kinerja jauh di bawah ekspektasi (Asep Surahmat, 2023).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.3.6 Indikator Kepuasan Pelanggan

Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dalam servis komputer, dapat digunakan beberapa indikator kepuasan pelanggan ialah (Indrasari, 2019):

1. Kesesuaian Harapan: Apakah layanan yang diterima pelanggan sesuai dengan ekspektasi awal.
2. Minat Berkunjung Kembali: Keinginan pelanggan untuk kembali menggunakan layanan di masa mendatang.
3. Kesiediaan Merekomendasikan: menggambarkan kemauan pelanggan untuk menyarankan layanan servis komputer kepada orang lain seperti keluarga, teman, atau rekan kerja, yang menandakan bahwa mereka tidak hanya merasa puas tetapi juga memiliki kepercayaan penuh terhadap kualitas layanan tersebut lain.

2.3.7 Pentingnya Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan berperan strategis dalam keberhasilan bisnis servis komputer. Studi pada PT. Pos Indonesia menunjukkan bahwa kepuasan yang tinggi mendorong pelanggan melakukan pembelian ulang, memberikan rekomendasi, serta meningkatkan loyalitas (Khoirun Nisa, 2012). Sebaliknya, ketidakpuasan pelanggan berpotensi menimbulkan testimoni negatif dan kerugian reputasi bisnis.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam era digital, dampak ketidakpuasan dapat cepat menyebar melalui media sosial, sehingga pengelolaan kepuasan pelanggan menjadi semakin krusial bagi kelangsungan usaha (Khoirun Nisa, 2012).

2.4 Persepsi harga

2.4.1 Pengertian Persepsi harga

Persepsi harga merupakan penilaian subjektif konsumen terhadap harga suatu produk atau jasa berdasarkan perbandingan dengan manfaat yang diterima. Menurut Malik dan Yaqobo dalam (Sihotang M, 2023), persepsi harga adalah suatu proses dimana konsumen menginterpretasikan nilai harga atau atribut barang dan jasa yang diharapkan, saat konsumen mengevaluasi dan meneliti harga produk ini sebagian besar dipengaruhi oleh perilaku konsumen itu sendiri.

Menurut Kotler & Armstrong dalam (Fitrianto, H, 2023), menjelaskan bahwa persepsi harga (price perception) adalah nilai yang terkandung dalam suatu harga yang berhubungan dengan manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Dalam konteks layanan servis komputer, persepsi harga mencerminkan penilaian pelanggan terhadap kesesuaian biaya yang dikeluarkan dengan kualitas layanan perbaikan, keahlian teknisi, kecepatan penyelesaian, dan hasil akhir yang diperoleh.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Persepsi atas harga menyangkut bagaimana informasi harga dipahami oleh konsumen dan dibuat bermakna bagi mereka. Dalam pengolahan kognitif informasi harga, konsumen bisa membandingkan antara harga yang dinyatakan dengan sebuah harga atau kisaran harga yang mereka bayangkan atas produk tersebut. Harga yang ada dipikirkan sebagai bahan melakukan perbandingan tersebut disebut harga acuan internal. Harga acuan internal adalah harga yang dianggap pantas oleh konsumen, harga yang telah ada secara historis atau yang dianggap pantas oleh konsumen, harga yang telah ada secara historis atau yang dibayangkan konsumen sebagai harga pasar yang tinggi atau rendah. Pada dasarnya harga acuan internal menjadi semacam panduan untuk mengevaluasi apakah harga yang tertera tersebut dapat diterima oleh konsumen.

2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Harga

Menurut Schiffman & Kanuk (2019), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi harga konsumen:

1. Harga Referensi (Reference Price): Standar harga yang digunakan konsumen sebagai pembanding, yang dapat berasal dari pengalaman masa lalu, harga kompetitor, atau ekspektasi harga yang wajar untuk kategori layanan tertentu.
2. Konteks Situasional: Kondisi saat pembelian berlangsung, termasuk urgensi kebutuhan perbaikan komputer, ketersediaan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

alternatif penyedia jasa, dan kompleksitas permasalahan yang dihadapi.

3. Karakteristik Konsumen: Tingkat pendapatan, sensitivitas harga, pengalaman sebelumnya, dan pengetahuan tentang harga pasar mempengaruhi bagaimana konsumen mempersepsikan harga.
4. Strategi Penetapan Harga: Cara penyedia jasa mengkomunikasikan dan menampilkan harga, termasuk transparansi struktur biaya, ketersediaan paket layanan, dan sistem diskon atau promosi.

2.4.3 Dimensi Persepsi Harga

Menurut Tjiptono (2019), persepsi harga memiliki beberapa dimensi penting yang mempengaruhi evaluasi konsumen:

1. Persepsi Keterjangkauan Harga (Price Affordability): Penilaian konsumen mengenai kemampuan mereka untuk membeli produk pada tingkat harga tertentu, yang dipengaruhi oleh daya beli dan prioritas pembelanjaan konsume
2. Persepsi Kewajaran Harga (Price Fairness): Penilaian konsumen mengenai apakah harga yang ditetapkan adil dan masuk akal dibandingkan dengan produk sejenis di pasar. Menurut Xia et al. (2004) yang dikutip dalam Ferguson et al. (2015), persepsi kewajaran harga sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Persepsi Nilai Uang (Value for Money): Evaluasi konsumen terhadap keseimbangan antara manfaat yang diperoleh dengan pengorbanan finansial yang dikeluarkan. Dimensi ini menjadi sangat penting dalam keputusan pembelian produk dengan keterlibatan tinggi.
4. Persepsi Kualitas-Harga (Price-Quality Relationship): Konsumen sering menggunakan harga sebagai indikator kualitas produk, dimana harga yang lebih tinggi diasosiasikan dengan kualitas yang lebih baik, terutama pada produk yang sulit dievaluasi kualitasnya sebelum pembelian.

2.4.4 Persepsi Harga dalam Industri Jasa Servis Komputer

Dalam industri jasa servis komputer, persepsi harga memiliki karakteristik unik karena sifat layanan yang intangible dan variabilitas masalah yang ditangani. Ghaani Farashahi et al. (2018) menjelaskan bahwa konsumen sering menggunakan harga sebagai indikator kualitas ketika sulit mengevaluasi aspek teknis layanan sebelum menggunakannya.

Lovelock & Wirtz (2021) menyatakan bahwa dalam jasa teknologi, persepsi harga sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan konsumen terhadap keahlian penyedia jasa. Ketika konsumen mempercayai kompetensi teknisi, mereka cenderung mempersepsikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

harga yang lebih tinggi sebagai investasi yang wajar untuk mendapatkan hasil perbaikan yang berkualitas dan tahan lama.

Monalisa et al. (2023) menemukan bahwa transparansi harga dan kejelasan breakdown biaya sangat mempengaruhi persepsi positif konsumen terhadap harga layanan servis. Konsumen yang memahami dengan jelas komponen biaya yang dikenakan (biaya jasa teknisi, biaya spare parts, biaya tambahan lainnya) cenderung memiliki persepsi harga yang lebih baik dibandingkan dengan sistem penetapan harga yang tidak transparan.

2.4.5 Hubungan Persepsi Harga dengan Kepuasan Pelanggan

Terdapat hubungan yang kompleks antara persepsi harga dan kepuasan pelanggan dalam industri jasa. Menurut Kotler & Keller (2021), persepsi harga yang positif berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan melalui beberapa mekanisme:

1. Konfirmasi Ekspektasi Nilai: Ketika konsumen mempersepsikan bahwa harga yang dibayar sesuai atau bahkan lebih rendah dari nilai yang diterima, terjadi konfirmasi positif terhadap ekspektasi mereka, yang menghasilkan kepuasan.
2. Pengurangan Disonansi Kognitif: Persepsi harga yang wajar membantu mengurangi keraguan pasca pembelian (post-purchase dissonance), sehingga konsumen merasa puas dengan keputusan mereka.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Persepsi Keadilan Transaksional: Sartika et al. (2025) menemukan bahwa kewajaran harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena menciptakan persepsi keadilan dalam transaksi layanan.

Desla & Aswan (2023) dalam penelitiannya pada J-Bros Computer Padang menemukan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen laptop. Hasil ini menunjukkan bahwa manajemen harga yang tepat dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di industri servis komputer.

Zeithaml et al. (2021) menambahkan bahwa pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan dapat bervariasi tergantung pada segmen pasar. Konsumen yang sensitif terhadap harga (price-sensitive), seperti mahasiswa di Kecamatan Binawidya, akan memberikan bobot lebih besar pada aspek harga dalam evaluasi kepuasan mereka dibandingkan konsumen yang kurang sensitif terhadap harga.

2.4.6 Strategi Mengelola Persepsi Harga Konsumen

Monroe (2020) mengidentifikasi beberapa strategi yang dapat diterapkan penyedia jasa servis komputer untuk menciptakan persepsi harga yang positif:

1. **Transparansi Harga:** Memberikan informasi yang jelas dan lengkap tentang struktur harga, termasuk breakdown biaya diagnosis,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perbaikan, dan spare parts. Transparansi ini membangun kepercayaan dan mengurangi persepsi ketidakpastian biaya.

2. Penetapan Harga Berbasis Nilai: Mengkomunikasikan nilai tambah yang diperoleh konsumen, seperti garansi layanan, kecepatan penyelesaian, keahlian khusus teknisi, atau layanan purna jual.
3. Strategi Bundling: Menawarkan paket layanan dengan harga yang menarik dapat menciptakan persepsi nilai yang lebih baik dibandingkan menjual layanan secara terpisah.
4. Price Framing: Cara menyajikan informasi harga dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Misalnya, membandingkan harga dengan biaya penggantian perangkat baru dapat membuat harga servis terlihat lebih terjangkau.
5. Program Loyalitas dan Diskon: Memberikan benefit harga kepada pelanggan setia dapat meningkatkan persepsi nilai dan kepuasan jangka panjang.

2.4.7 Indikator Persepsi Harga

Menurut (Sari and Soebiantoro 2022), ada empat indikator harga, yaitu:

1. Keterjangkauan harga
Kemampuan konsumen untuk membeli produk sesuai dengan daya beli mereka.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Harga sering dianggap sebagai indikator kualitas. Harga yang lebih tinggi biasanya diasosiasikan dengan kualitas yang lebih baik.

3. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen akan melakukan pembelian suatu produk apabila manfaat yang diperoleh dianggap sepadan atau lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan.

4. Daya saing harga

Daya saing harga merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menetapkan harga yang kompetitif di pasa tersedia.

2.5 Kepercayaan

2.5.1 Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan merupakan salah satu elemen fundamental dalam membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang antara penyedia layanan dengan pelanggan. Menurut Priansa (2017), Kepercayaan (Trust) adalah kepercayaan dari orang lain terhadap pihak tertentu dalam melaksanakan hubungan jual/beli didasarkan pada keyakinan terhadap orang tersebut bahwa suatu yang diharapkan dapat memenuhi harapannya.

Dalam konteks layanan servis komputer, kepercayaan menjadi sangat krusial karena pelanggan menyerahkan perangkat yang bernilai tinggi dan mengandung data pribadi atau profesional yang penting kepada teknisi. Pendapat lain menurut Mayer et al dalam (Priansa,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2017) kepercayaan adalah kesiapan individu untuk memperoleh akibat dari aktivitas yang dilakukan oleh orang lain didasarkan atas hasrat bahwa pihak tersebut dapat memenuhi keinginan.

Menurut Rousseau et al dalam Donni Juni (2017), kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain. Dalam industri jasa, kepercayaan berperan sebagai fondasi yang menentukan apakah konsumen akan kembali menggunakan layanan atau beralih ke kompetitor. Kepercayaan juga dapat dipahami sebagai persepsi pelanggan bahwa penyedia layanan akan bertindak sesuai dengan kepentingan terbaik pelanggan dan tidak akan melakukan tindakan oportunistik yang merugikan.

2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan

Berdasarkan penelitian Priyani (2024), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi terbentuknya kepercayaan pelanggan terhadap penyedia layanan:

1. Reputasi: Citra dan nama baik yang telah dibangun oleh penyedia layanan melalui pengalaman pelanggan sebelumnya. Reputasi yang baik akan mempermudah terbentuknya kepercayaan awal dari pelanggan baru.
2. Transparansi: Keterbukaan informasi mengenai proses servis, biaya yang dikenakan, dan kondisi perangkat. Transparansi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menciptakan rasa aman dan mengurangi ketidakpastian yang dirasakan pelanggan.

3. **Komunikasi yang Efektif:** Kemampuan teknisi dan staf untuk menjelaskan permasalahan teknis dengan bahasa yang mudah dipahami, memberikan informasi yang jelas tentang proses perbaikan, dan responsif terhadap pertanyaan pelanggan.
4. **Pengalaman Masa Lalu:** Pengalaman positif atau negatif pelanggan dengan penyedia layanan yang sama atau kompetitor akan mempengaruhi tingkat kepercayaan terhadap layanan servis komputer secara umum.
5. **Keamanan Data:** Jaminan dan praktik nyata dalam melindungi data dan privasi pelanggan selama proses servis.

2.5.3 Dimensi Kepercayaan

Menurut Taryanti (2025), kepercayaan dalam konteks layanan jasa memiliki tiga dimensi utama:

1. **Ability (Kemampuan):** Mengacu pada kompetensi dan karakteristik penyedia layanan dalam bidang tertentu. Dalam konteks servis komputer, ini mencakup keahlian teknis teknisi, pengetahuan tentang berbagai jenis perangkat dan masalah, serta kemampuan untuk mendiagnosis dan memperbaiki kerusakan dengan tepat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Benevolence (Kebaikan Hati): Merupakan kemauan penyedia layanan untuk memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen. Dimensi ini mencerminkan perhatian dan motivasi penyedia layanan untuk bertindak sesuai kepentingan pelanggan, bukan hanya mencari keuntungan semata.
 3. Integrity (Integritas): Berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penyedia layanan dalam menjalankan bisnisnya. Integritas mencakup kejujuran, konsistensi antara perkataan dan tindakan, serta kepatuhan terhadap norma dan standar yang berlaku.
- d. Faktor-Faktor Pertimbangan Pemilihan Lokasi

2.5.4 Pentingnya Kepercayaan dalam Layanan Servis Komputer

Penelitian Noprisson et al. (2021) menegaskan bahwa kepercayaan memiliki peran strategis dalam industri jasa karena beberapa alasan:

1. Mengurangi Risiko yang Dipersepsikan: Kepercayaan membantu mengurangi ketidakpastian dan kekhawatiran pelanggan terkait kemungkinan kerusakan lebih lanjut, kehilangan data, atau biaya yang tidak terduga.
2. Memfasilitasi Transaksi: Kepercayaan mempermudah proses pengambilan keputusan pelanggan untuk menggunakan layanan, terutama untuk layanan yang bersifat kredence goods dimana kualitas sulit dievaluasi sebelum dan bahkan setelah konsumsi.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Membangun Loyalitas: Pelanggan yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap penyedia layanan cenderung menjadi pelanggan setia dan melakukan repeat business.
4. Mendorong Word-of-Mouth Positif: Kepercayaan yang kuat mendorong pelanggan untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain, yang merupakan bentuk promosi paling efektif dan kredibel.
5. Mengurangi Biaya Transaksi: Kepercayaan mengurangi kebutuhan untuk monitoring dan kontrol yang ketat, sehingga menurunkan biaya transaksi bagi kedua belah pihak.

2.5.5 Hubungan Kepercayaan dengan Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2019), terdapat hubungan yang kuat dan positif antara kepercayaan dengan kepuasan pelanggan dalam industri jasa. Kepercayaan berperan sebagai anteseden (pendahulu) yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan melalui beberapa mekanisme.

1. Pembentukan Ekspektasi yang Realistis: Kepercayaan membantu pelanggan membentuk ekspektasi yang lebih realistis terhadap layanan yang akan diterima, sehingga mengurangi gap antara ekspektasi dan kenyataan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Pengurangan Kecemasan: Pelanggan yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap penyedia layanan akan merasa lebih tenang dan puas selama proses servis berlangsung.
3. Interpretasi Positif terhadap Pengalaman: Kepercayaan mempengaruhi cara pelanggan menginterpretasikan pengalaman mereka. Pelanggan yang percaya cenderung memberikan interpretasi lebih positif terhadap pengalaman layanan mereka.
4. Kesiapan untuk Memberikan Toleransi: Ketika terjadi kesalahan minor atau keterlambatan, pelanggan yang memiliki kepercayaan tinggi lebih cenderung memberikan toleransi dan tetap merasa puas.

2.5.6 Strategi Membangun Kepercayaan Pelanggan

Menurut Hurriyati (2020), penyedia layanan servis dapat menerapkan berbagai strategi untuk membangun dan memperkuat kepercayaan pelanggan:

1. Sertifikasi dan Kredensial: Menampilkan sertifikasi profesional, penghargaan, atau lisensi resmi yang menunjukkan kompetensi dan kredibilitas.
2. Garansi Layanan: Memberikan garansi terhadap hasil perbaikan sebagai bentuk komitmen terhadap kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. **Transparansi Proses:** Mengkomunikasikan setiap tahap proses servis, memberikan foto atau video dokumentasi, dan menjelaskan secara detail pekerjaan yang dilakukan.
4. **Kebijakan Privasi yang Jelas:** Menerapkan dan mengkomunikasikan kebijakan perlindungan data yang ketat untuk menjaga keamanan informasi pelanggan.
5. **Testimoni dan Referensi:** Menyediakan testimoni pelanggan sebelumnya dan referensi yang dapat dihubungi untuk memverifikasi kualitas layanan.
6. **Konsistensi Layanan:** Memberikan kualitas layanan yang konsisten dari waktu ke waktu untuk membangun reputasi yang solid.

2.5.7 Indikator Kepercayaan

Menurut McKnight et al, yang dikutip oleh Donni (2017) Menyatakan bahwa ada 3 (tiga) indikator yang membangun kepercayaan yaitu:

1. **Niat Baik (Benevolence):** keyakinan bahwa pihak penyedia layanan (dalam hal ini teknisi atau toko servis komputer) memiliki kepedulian tulus terhadap kepentingan pelanggan dan tidak hanya berorientasi pada keuntungan pribadi.
2. **Integritas (Integrity):** Konsistensi antara ucapan dan tindakan, serta mematuhi prinsip kejujuran dan etika profesional.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. **Kompetensi (Competence):** kemampuan dan keterampilan teknis yang dimiliki penyedia layanan untuk melaksanakan tugas dengan efektif dan profesional.

2.6 Kualitas Pelayanan

2.6.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Kotler & Keller (dalam Putri dkk, 2021), Amerca Society For Quality Control mendefinisikan bahwa kualitas (quality) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Definisi ini menekankan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan output akhir, tetapi juga proses penyampaian layanan kepada pelanggan.

Menurut Kotler & Keller (dalam Putri dkk, 2021), dengan kata lain kualitas pelayanan merupakan suatu cara untuk membandingkan antar persepsi pelayanan yang diterima pelanggan dengan pelayanan yang sesungguhnya yang diharapkan pelanggan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dihasilkan, yang mendukung harga yang lebih tinggi dan (sering kali) biaya yang lebih rendah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam konteks servis komputer, kualitas pelayanan mencakup kemampuan teknisi dalam mendiagnosis masalah, kecepatan penyelesaian perbaikan, keakuratan solusi yang diberikan, komunikasi yang efektif dengan pelanggan, serta penanganan perangkat komputer secara profesional. Parasuraman et al. (2020) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan pada industri teknologi informasi sangat bergantung pada kompetensi teknis penyedia jasa dan kemampuan mereka dalam menjelaskan permasalahan teknis kepada pelanggan dengan bahasa yang mudah dipahami.

2.6.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2019), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dalam industri jasa servis komputer:

1. Kompetensi Teknis: Keahlian dan pengetahuan teknisi dalam menangani berbagai jenis permasalahan komputer, mulai dari hardware hingga software. Zeithaml et al. (2021) menekankan bahwa dalam layanan teknologi, kompetensi teknis menjadi fondasi utama kualitas pelayanan.
2. Sistem dan Prosedur: Efisiensi sistem operasional yang diterapkan, mulai dari penerimaan perangkat, proses diagnosis, perbaikan, hingga penyerahan kembali kepada pelanggan. Berry

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

& Parasuraman (2020) menjelaskan bahwa sistem yang terstandarisasi membantu konsistensi kualitas layanan.

3. Sumber Daya Manusia: Kualifikasi, pelatihan, motivasi, dan sikap karyawan dalam memberikan layanan. Lovelock & Wirtz (2020) menyatakan bahwa karyawan yang terlatih dan termotivasi cenderung memberikan layanan berkualitas lebih tinggi.
4. Infrastruktur dan Peralatan: Ketersediaan peralatan servis yang memadai, tools diagnostik yang modern, dan spare parts yang lengkap mempengaruhi kemampuan penyedia jasa dalam memberikan solusi yang tepat dan cepat.
5. Budaya Organisasi: Nilai-nilai perusahaan yang mengutamakan kepuasan pelanggan akan tercermin dalam kualitas pelayanan yang diberikan.

2.6.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2020) mengidentifikasi lima dimensi utama kualitas pelayanan yang telah banyak diadopsi dalam berbagai penelitian:

1. Tangibles (Bukti Fisik): Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Dalam layanan servis komputer, ini mencakup penampilan fisik tempat

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

usaha, kelengkapan peralatan servis, kerapian teknisi, dan kebersihan area kerja. Fasilitas fisik yang baik dapat menciptakan persepsi positif tentang profesionalisme penyedia layanan.

2. Reliability (Keandalan): Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Zeithaml et al. (2021) menekankan bahwa keandalan merupakan dimensi paling kritis dalam kualitas pelayanan karena berkaitan langsung dengan kepercayaan pelanggan. Dalam servis komputer, ini mencakup ketepatan waktu penyelesaian, akurasi diagnosis masalah, dan konsistensi kualitas perbaikan.
3. Responsiveness (Daya Tanggap): Kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Lovelock & Wirtz (2020) menjelaskan bahwa responsivitas menunjukkan kesediaan karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Dalam konteks servis komputer, ini termasuk kecepatan respons terhadap keluhan, kesediaan memberikan informasi, dan kemampuan memberikan solusi alternatif.
4. Assurance (Jaminan): Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Ini meliputi kemampuan komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

santun. Grönroos (2019) menyatakan bahwa dimensi jaminan sangat penting dalam layanan yang memerlukan kepercayaan tinggi seperti servis komputer, dimana pelanggan mempercayakan perangkat berharga mereka kepada teknisi.

5. Empathy (Empati): Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka. Kumar & Pansari (2020) menjelaskan bahwa empati dalam layanan mencakup kemudahan dalam melakukan komunikasi, pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, dan perhatian pribadi terhadap setiap pelanggan.

2.6.4 Pentingnya Kualitas Pelayanan dalam Bisnis Jasa

Kualitas pelayanan memiliki peran strategis dalam kesuksesan bisnis jasa servis komputer. Menurut Kotler & Keller (2021), kualitas pelayanan yang superior dapat::

1. Meningkatkan Kepuasan Pelanggan: Pelanggan yang menerima layanan berkualitas tinggi cenderung merasa puas dan memenuhi ekspektasi mereka. Kumar & Pansari (2020) menemukan korelasi positif yang kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di berbagai industri jasa.
2. Membangun Loyalitas: Layanan berkualitas menciptakan pengalaman positif yang mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan jasa yang sama di masa depan. Zeithaml et al.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(2021) menjelaskan bahwa pelanggan yang puas dengan kualitas layanan memiliki probabilitas 70% lebih tinggi untuk menjadi pelanggan loyal.

3. Menciptakan Word-of-Mouth Positif: Pelanggan yang puas akan merekomendasikan layanan kepada orang lain, yang merupakan bentuk promosi paling efektif dan kredibel. Berry & Parasuraman (2020) menyatakan bahwa word-of-mouth dari pelanggan yang puas memiliki nilai konversi 5 kali lebih tinggi dibanding iklan konvensional.
4. Meningkatkan Competitive Advantage: Dalam industri yang kompetitif seperti servis komputer di Kecamatan Binawidya, kualitas pelayanan menjadi diferensiator utama yang membedakan satu penyedia jasa dengan lainnya.
5. Meningkatkan Profitabilitas: Grönroos (2019) menjelaskan bahwa biaya untuk mempertahankan pelanggan existing melalui kualitas layanan yang baik jauh lebih rendah (sekitar 5-7 kali) dibanding biaya akuisisi pelanggan baru.

2.6.5 Pengukuran Kualitas Pelayanan

Parasuraman et al. (2020) mengembangkan model SERVQUAL untuk mengukur kualitas pelayanan dengan membandingkan ekspektasi pelanggan dengan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima. Gap atau kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi menunjukkan tingkat kualitas pelayanan:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Gap Positif: Persepsi > Ekspektasi (layanan melebihi harapan)
- Gap Nol: Persepsi = Ekspektasi (layanan sesuai harapan)
- Gap Negatif: Persepsi < Ekspektasi (layanan di bawah harapan)

Zeithaml et al. (2021) menambahkan bahwa pengukuran kualitas pelayanan harus dilakukan secara berkala untuk memantau konsistensi dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan.

2.6.6 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

Terdapat hubungan kausal yang kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Kotler & Keller (2021) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan anteseden penting dari kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan menerima layanan yang berkualitas tinggi, ekspektasi mereka terpenuhi atau bahkan terlampaui, yang menghasilkan kepuasan.

Kumar & Pansari (2020) dalam penelitian mereka menemukan bahwa setiap peningkatan satu poin dalam skor kualitas pelayanan berkorelasi dengan peningkatan 0,78 poin dalam skor kepuasan pelanggan. Ini menunjukkan bahwa investasi dalam peningkatan kualitas pelayanan memiliki return yang signifikan dalam bentuk kepuasan pelanggan.

Zeithaml et al. (2021) menambahkan bahwa dalam industri jasa teknologi, dimensi reliability dan assurance memiliki pengaruh paling

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kuat terhadap kepuasan pelanggan, karena berkaitan langsung dengan kemampuan menyelesaikan masalah dan membangun kepercayaan.

2.6.7 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (dalam Caniago, 2022), mengidentifikasi indikator yang dapat digunakan untuk mengukur Kualitas Pelayanan meliputi:

1. Berwujud: mengacu pada penampilan fisik fasilitas, perlengkapan, peralatan, dan kerapian karyawan dalam memberikan layanan.
2. Keandalan: kemampuan penyedia jasa untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan.
3. Daya tanggap: mencerminkan kesediaan dan kecepatan penyedia jasa dalam membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
4. Jaminan atau kepastian: pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan dalam menimbulkan rasa percaya serta aman bagi pelanggan.
5. Empati: perhatian pribadi dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan secara individual.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti an	Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Hasil Penelitian	Gap Penelitian
1	Desla, I. O., & Aswan, K. (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Laptop Pada J-Bros Computer Padang di Padang	Kualitas pelayanan, harga, kepuasan konsumen	Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen laptop di J-Bros Computer Padang	Belum menguji pengaruh variabel lain seperti promosi, lokasi, atau loyalitas pelanggan
2	Ginting, S. T., Keliat, E., & Simanjuntak, Y. R. (2023)	Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko RS Komputer Medan di Medan	Produk, harga, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen	Produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko RS Komputer Medan	Belum meneliti hubungan antara kepuasan dan loyalitas pelanggan
3	Lusiana, L., & Gultom, I. A. (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Service Komputer (Studi Kasus Metro Komputer Service Bandar	Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa service komputer di Metro Komputer Service	Belum meneliti faktor tambahan seperti harga atau kepercayaan pelanggan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		Lampung) di Bandar Lampung		Bandar Lampung	
4	Ilham, M. (2023)	Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen di Toko Adi Computer (STIE Tri Bhakti)	Kepercayaan, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen	kepercayaan dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Toko Adi Computer. Kepercayaan menjadi faktor dominan dalam membangun loyalitas pelanggan melalui peningkatan kepuasan.	Belum meneliti variabel mediasi lain seperti citra merek, kualitas pelayanan, atau persepsi nilai, serta belum membandingkan hasil dengan toko komputer lain di wilayah berbeda.
5	Onsardi, O., & Wulansari, F. (2022)	Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko RS Komputer Medan di Medan	Produk, harga, kualitas layanan, kepuasan konsumen	Persepsi harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Toko Mega Komputer Kota Bengkulu	Belum menguji variabel mediasi seperti kepuasan atau loyalitas pelanggan
6	Wardani, S. (2025)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	Kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen	Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan	Belum meneliti faktor harga atau loyalitas konsumen sebagai variabel tambahan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		pada CV Mega Bordir Komputer Kota Tangerang di Tangerang		konsumen pada CV Mega Bordir Komputer Kota Tangerang	
7	Meida, F., Astuti, M., & Nastiti, H. (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla di Era Pandemic Covid-19	Kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan pelanggan	kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna platform Sociolla selama pandemi Covid-19. Kepercayaan menjadi variabel dengan pengaruh paling kuat terhadap kepuasan.	Penelitian ini berfokus pada layanan e-commerce daring, belum menguji penerapan kepercayaan dan kualitas pelayanan dalam konteks layanan offline seperti servis komputer, serta belum mengintegrasikan variabel persepsi risiko dan loyalitas pelanggan.
8	Sartika, D. P., Mahmud, M., Aqmala, D., & Setiawan, A. (2025)	Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Kewajaran Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Toko Dokter Komputer di Semarang	Kualitas layanan, citra merek, kewajaran harga, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan	Kualitas layanan, citra merek, dan kewajaran harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di Toko Dokter Komputer	Belum meneliti variabel mediasi seperti kepercayaan pelanggan atau pengalaman layanan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

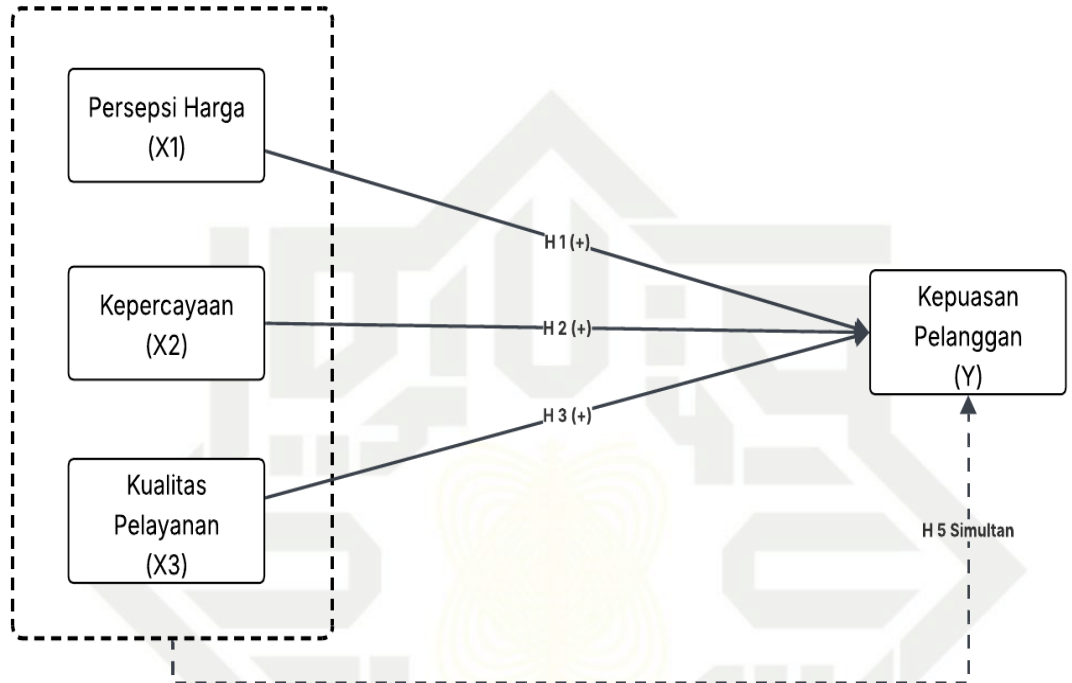
9	Aridiaz, H. R. P. (2021)	Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Laptop ASUS (Studi Kasus pada Asus Servis Center Plasa Marina Surabaya)	Citra merek, persepsi harga, kualitas produk, kepuasan pelanggan	Citra merek, persepsi harga, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan laptop ASUS. Citra merek menjadi faktor paling dominan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.	Belum meneliti variabel loyalitas pelanggan sebagai akibat lanjutan dari kepuasan, serta belum mengintegrasikan variabel rekomendasi pelanggan atau persepsi risiko dalam konteks servis komputer.
10	Fitrianto, H., & Wikaningsih, S. U. (2023)	Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Matapisau Barbershop Yogyakarta	Persepsi harga, lokasi, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan	Persepsi harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Matapisau Barbershop. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling dominan.	Penelitian berfokus pada jasa perawatan (barbershop), belum menguji konteks layanan teknologi seperti servis komputer, serta belum melibatkan variabel kepercayaan atau persepsi risiko.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.8 Kerangka Berpikir

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Variabel Independen:

X1: Persepsi Harga

X2: Kepercayaan

X3: Kualitas Pelayanan

Variabel Dependen:

Y: Kepuasan Pelanggan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam kerangka konseptual ini dijelaskan tentang pengaruh langsung antar variabel yang diteliti dan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini. Penelitian ini mengkaji pengaruh positif langsung antara variabel persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan (H1), kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan (H2), kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (H3), serta pengaruh simultan ketiga variabel independen terhadap kepuasan pelanggan (H5 Simultan).

Model konseptual ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor dengan arah pengaruh yang berbeda. Persepsi harga yang kompetitif dan sesuai dengan nilai yang diterima konsumen dapat meningkatkan kepuasan karena pelanggan merasakan kewajaran antara biaya yang dikeluarkan dengan manfaat layanan yang diperoleh. Kepercayaan pelanggan terhadap penyedia jasa servis memiliki peran signifikan dalam membentuk kepuasan, dimana tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap kompetensi teknisi, integritas dalam menangani perangkat, dan niat baik penyedia layanan akan menciptakan rasa aman dan keyakinan yang berujung pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang superior—mencakup keandalan dalam menyelesaikan masalah teknis, daya tanggap teknisi terhadap keluhan, jaminan hasil perbaikan, empati terhadap kebutuhan pelanggan, serta bukti fisik berupa fasilitas dan peralatan yang memadai—menjadi determinan kunci yang secara langsung mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ketiga variabel ini saling berinteraksi dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan secara keseluruhan, sebagaimana ditunjukkan oleh hipotesis simultan dalam penelitian ini. Interaksi antara harga yang terjangkau, kepercayaan yang kuat, dan kualitas pelayanan yang unggul akan menciptakan pengalaman positif yang komprehensif bagi pelanggan jasa servis komputer di Kecamatan Binawidya.

2.9 Operasional Variabel

Tabel 2.2 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1	Persepsi Harga (X1)	Persepsi harga adalah suatu proses dimana konsumen menginterpretasikan nilai harga atau atribut barang dan jasa yang diharapkan, saat konsumen mengevaluasi dan meneliti harga produk ini sebagian besar dipengaruhi oleh perilaku konsumen itu sendiri. (Malik dan Yaqobo) dalam (Sihotang M, 2023),	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas Layanan 3. Kesesuaian harga dengan manfaat 4. Daya saing harga (Sari and Soebiantoro 2022)
2	Kepercayaan (X2)	Kepercayaan adalah kepercayaan dari orang lain terhadap pihak tertentu dalam melaksanakan hubungan jual/beli didasarkan pada keyakinan terhadap orang tersebut bahwa suatu yang diharapkan dapat memenuhi harapannya. (Priansa, 2017)	1. Niat Baik 2. Integritas 3. Kompetensi (McKnight et al) yang dikutip oleh (Donni, 2017)
3	Kualitas Pelayanan (X3)	Kualitas pelayanan merupakan suatu cara untuk membandingkan antar persepsi pelayanan yang diterima pelanggan dengan pelayanan yang sesungguhnya yang diharapkan pelanggan.	1. Berwujud, 2. Keandalan 3. Daya tanggap 4. Jaminan atau kepastian 5. Empati. (Tjiptono) dalam (Caniago, 2022)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		(Kotler & Keller) dalam (Putri dkk, 2021)	
4	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi keseluruhan yang dilakukan konsumen terhadap pengalaman menggunakan produk atau jasa berdasarkan perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kenyataan yang diterima setelah menggunakan produk atau jasa tersebut (Asep Surahmat, 2023).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian Harapan 2. Minat Berkunjung Kembali 3. Kesiediaan Merekomendasikan (Indrasari, 2019)

2.10 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, hipotesis penelitian yang diajukan adalah:

H1: Diduga Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru.

H2: Diduga Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru.

H3: Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru.

H4: Diduga Persepsi Harga, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru Riau. Waktu penelitian dimulai dari bulan Oktober sampai Desember 2025.

3.2 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data berjenis kuantitatif, Menurut Sari et al (2022), Data kuantitatif merupakan jenis data yang disajikan dalam bentuk angka dan dapat dianalisis secara statistik deskriptif untuk memperoleh hasil yang objektif. Data angka tersebut digunakan untuk mengukur dan menjelaskan hubungan antarvariabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Data kuantitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui dan mengukur pengaruh persepsi harga, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara terukur dan sistematis. Penggunaan data kuantitatif dimaksudkan agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai besar kecilnya pengaruh masing-masing variabel terhadap tingkat kepuasan pelanggan jasa servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.3 Sumber Data

3.3.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (dalam Sari et al., 2022) data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Data primer ini, disebut juga data asli atau data baru. Data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat baik yang dilakukan melalui wawancara, observasi dan alat lainnya, merupakan data primer. Data primer yang bersifat polos, apa adanya dan masih mentah memerlukan analisa lebih lanjut

3.3.2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono (dalam Sari et al., 2022) data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan. Data yang diperoleh secara tidak langsung, misalnya melalui dokumen laporan- laporan peneliti terdahulu. Data sekunder disebut juga data tersedia. Data ini biasanya digunakan untuk melengkapi data primer. Bahan kepustakaan yang dapat dipergunakan dalam penelitian tidak hanya berupa teori-teori yang telah matang, siap untuk dipakai, tetapi dapat pula berupa hasil-hasil penelitian yang masih memerlukan pengujian kebenarannya. Penelitian ini menggunakan data primer yang mana data diambil dengan cara penyebaran angket.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat yang pernah menjadi pelanggan jasa servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru, tahun 2025. Karena jumlah populasi yang sangat besar dan tidak bisa ditentukan dengan pasti, maka populasi dalam penelitian ini bersifat infinite (tak terbatas).

3.4.2 Sampel

Sugiyono (2016) mendefinisikan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penentuan jumlah sampel yang akan diolah dari jumlah populasi harus dilakukan dengan teknik pengambilan sampling yang tepat. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling dengan purposive sampling sebagai teknik penentuan sampelnya. Menurut Sugiyono (2016), nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Purposive sampling

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016).

Purposive sampling dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memilih responden yang memiliki kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun penentuan sampel pada penelitian ini di dasarkan pertimbangan bahwa responden adalah sebagai berikut:

1. Pernah menggunakan jasa servis komputer di wilayah Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru, pada tahun 2025
2. Setidaknya pernah melakukan servis komputer minimal 2 kali
3. Berusia minimal 17 tahun

Dikarenakan anggota populasi tidak dapat diketahui secara pasti jumlahnya, maka ukuran sampel diperkirakan dengan rumus Lameshow (Sugiyono, 2014):

$$n = Z^2\alpha/2 \times P \times (1-P) / d^2$$

Dimana:

- 1) n = ukuran sampel
- 2) $Z\alpha/2$ = nilai Z pada tingkat kepercayaan 95% = 1,96
- 3) P = proporsi populasi (diasumsikan 0,5 untuk memaksimalkan ukuran sampel)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4) $d = \text{margin of error} = 0,10$

5) $n = (1,96)^2 \times 0,5 \times (1-0,5) / (0,10)^2$ $n = 3,8416 \times 0,25 / 0,01$ $n = 96,04 \approx 100$

Berdasarkan perhitungan di atas, jumlah sampel minimal yang diperlukan adalah 96 responden. Namun, untuk memudahkan proses pengolahan data dan mengantisipasi kemungkinan kuesioner yang tidak lengkap atau tidak memenuhi kriteria, maka peneliti membulatkan ukuran sampel menjadi 100 responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Kuesioner

Menurut (Sari et al., 2022), kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pernyataan yang disusun secara teratur untuk dijawab oleh responden. Semua pernyataan disusun dalam bentuk pertanyaan tertutup dengan pilihan jawaban menggunakan skala Likert lima poin dengan kategori:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.6 Metode Analisa Data

Analisis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menurut (Sari et al., 2022), analisis statistik deskriptif adalah analisis yang bertujuan untuk menjelaskan atau menggambarkan secara jelas mengenai aspek-aspek yang relevan terkait fenomena-fenomena yang keterkaitan penelitian. Pada Program SPSS (Statistical Package for Social Science) akan digunakan untuk mengolah data pada penelitian ini, SPSS digunakan untuk menguji hipotesis.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan jawaban responden terhadap setiap variabel penelitian. Analisis ini meliputi:

- 1) Distribusi frekuensi dan persentase
- 2) Nilai rata-rata (mean) dan standar deviasi
- 3) Kategorisasi tingkat persepsi responden

3.7.2 Uji Kualitas Data

Pengukuran variable dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner, sehingga harus dilakukan pengujian kualitas terhadap data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliable, sebab kebenaran data yang diolah sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang ditujukan untuk mengetahui suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Instrumen yang valid adalah instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan atau mengukur data yang akurat. Ketika suatu instrumen valid, instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang perlu diukur (Sugiyono, 2017).

Uji validitas akan dilakukan dengan menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan kriteria:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pernyataan valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pernyataan tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang menghasilkan hasil yang sama bila

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

digunakan berulang kali untuk mengukur hal yang sama. Pengujian reliabilitas akan menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan kriteria:

Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$, maka instrumen reliabel

Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$, maka instrumen tidak reliabel

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, akan dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data tersebut normal atau tidak. Pada dasarnya, uji normalitas membandingkan data yang kita miliki dan distribusi normal yang memiliki rata-rata dan standar deviasi yang sama dengan data kita. Uji normalitas menjadi hal penting karena merupakan salah satu syarat pengujian parametric-test (uji parametrik) sehingga data harus memiliki distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data normal atau tidak maka dapat dideteksi dengan melihat normality probability plot. Jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal maka model regresi

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memiliki asumsi normalitas. Tetapi jika data (titik) menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. (Ghozali, 2018).

Pengujian akan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria:

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal
 - b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal
2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel bebas memiliki masalah multikolinieritas (gejala multikolinieritas) atau tidak. Multikolinieritas adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi dalam hubungan antar variabel bebas. Uji multikolinieritas perlu dilakukan ketika ada lebih dari satu variabel independen. (Ghozali, 2018).

Pengujian menggunakan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) dengan kriteria:

- a. Jika nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , maka tidak terjadi

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

multikolinearitas

- b. Jika nilai Tolerance $< 0,10$ dan VIF > 10 , maka terjadi multikolinearitas

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Pengujian akan menggunakan uji Glejser dengan kriteria:

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka terjadi heteroskedastisitas

3.7.4 Uji Autokorelasi

Outokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (times-series) atau ruang (cross section) (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini, untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi digunakan uji DurbinWatson (DW) dengan kriteria sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. $DU < DW < 4 - DU$ maka H_0 diterima , artinya tidak terjadi autokorelasi
2. $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi
3. $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW$ maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

3.7.5 Analisis Regresi linear Berganda

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Sugiyono mengatakan bahwa regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk membuat prediksi (ramalan) tentang seberapa besarnya pengaruh nilai variabel terhadap keputusan pembelian (Sugiyono, 2017). Model regresi berganda yang digunakan adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Dimana:

- a. Y = Kepuasan Pelanggan
- b. α = Konstanta
- c. $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. X_1 = Persepsi Harga
- e. X_2 = Kepercayaan
- f. X_3 = Kualitas Pelayanan
- g. ε = Error term

3.7.6 Uji Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Uji T digunakan untuk menguji apakah variabel bebas berpengaruh secara individual mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan untuk mengukur tingkat signifikansi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dalam model regresi, dengan ketentuan menggunakan tingkat signifikansi 5% dengan uji 2 sisi atau 0,05 (Ghozali, 2018). Kriteria pengujian:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig. < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh persepsi harga, kepercayaan dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan Pelanggan
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig. > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya tidak terdapat pengaruh persepsi harga, kepercayaan dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan Pelanggan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Uji F (Uji Simultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Analisis uji F dilakukan dengan membandingkan dan namun sebelum membandingkan nilai F tersebut harus ditentukan tingkat kepercayaan dan derajat kebebasan = $n-(k+1)$ agar dapat ditentukan nilai kritisnya. Adapun nilai alfa yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,05. Di mana kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut (Ghozali, 2018):

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig. < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya persepsi harga, kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan Pelanggan
 - b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig. > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya terdapat persepsi harga, kepercayaan dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan Pelanggan
- ## 3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase variabel independen secara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bersamasama dapat menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2018). Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat. Besarnya nilai R berkisar antara 0-1, semakin mendekati angka 1 nilai R tersebut maka semakin besar pula variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat (Sugiyono, 2017). Tingkat korelasi dan nilai R dijelaskan dibawah ini :

Tabel 3.1 Kriteria Pengujian

Nilai Korelasi	Keterangan
0	Tidak berkorelasi
0,1-0,20	Sangat rendah
0,21-0,40	Rendah
0,41-0,60	Agak rendah
0,61-0,80	Cukup
0,81-0,99	Tinggi
1	Sangat tinggi

Sumber : Sugiyono, 2017

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Kecamatan Binawidya

4.1.1 Sejarah dan Profil Kecamatan Binawidya

Kecamatan Binawidya merupakan salah satu dari 12 kecamatan yang ada di Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Sebelumnya kecamatan ini bernama Kecamatan Tampan. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 2 Tahun 2020 tentang Penataan Kecamatan, wilayah Kecamatan Tampan mengalami pemekaran menjadi 2 (dua) kecamatan yaitu Kecamatan Binawidya (Kecamatan Induk yang berkedudukan di Kelurahan Simpang Baru) dan Kecamatan Tuah Madani.

Nama Binawidya sendiri berasal dari kata "Bina" yang berarti membangun dan "Widya" yang berarti ilmu pengetahuan, mencerminkan visi wilayah ini sebagai kawasan pendidikan. Kecamatan Binawidya setelah mengalami pemekaran memiliki luas wilayah 36,59 km² (berdasarkan data tahun 2022) yang terdiri dari 5 (lima) kelurahan.

Secara geografis, Kecamatan Binawidya berbatasan dengan:

1. Sebelah Utara: Kecamatan Payung Sekaki
2. Sebelah Selatan: Kecamatan Marpoyan Damai
3. Sebelah Barat: Kecamatan Tenayan Raya
4. Sebelah Timur: Kecamatan Bukit Raya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Letak strategis Kecamatan Binawidya menjadikan wilayah ini mudah diakses dan berkembang pesat sebagai kawasan pendidikan dan permukiman.

4.1.2 Kondisi Demografis

Berdasarkan data Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LKjIP) Kecamatan Binawidya Tahun 2022, Kecamatan Binawidya memiliki karakteristik demografis sebagai berikut:

Tabel 4.1 Data Demografis Kecamatan Binawidya Tahun 2022

Indikator	Jumlah
Jumlah Penduduk	123.770 jiwa
Laki-laki	63.507 jiwa
Perempuan	60.263 jiwa
Jumlah Kepala Keluarga	22.156 KK
Luas Wilayah	36,59 km ²
Kepadatan Penduduk	2.566 jiwa/km ²
Jumlah Kelurahan	5 Kelurahan
Jumlah RT	250 RT
Jumlah RW	46 RW

Sumber: LKjIP Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru, 2022

Kecamatan Binawidya terdiri dari 5 (lima) kelurahan, yaitu:

1. Kelurahan Binawidya
2. Kelurahan Delima
3. Kelurahan Tobek Godang
4. Kelurahan Simpang Baru
5. Kelurahan Sungai Sibam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 4.2 Sebaran Penduduk Menurut Kelurahan di Kecamatan Binawidya Tahun 2022

NO	Nama Kelurahan	Luas Wilayah (KM ²)	Jumlah Penduduk		Jumlah RT	Jumlah RW
			Laki-laki	Perempuan		
1.	Tobek Godang	4,64	16.831	16.031	73	15
2.	Delima	5,76	15.006	14.795	48	8
3.	Binawidya	7,06	11.092	9.785	34	9
4.	Simpang Baru	7,15	17.336	16.298	35	10
5.	Sungai Sibam	5,70	3.242	3.354	14	4
Total		30,31	63,507	60,263	250	46

Sumber: LKjIP Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru, 2022

Komposisi penduduk Kecamatan Binawidya didominasi oleh kelompok usia produktif yang sejalan dengan karakteristik wilayah sebagai kawasan pendidikan yang banyak dihuni oleh mahasiswa dan tenaga pendidik.

4.1.3 Kondisi Sosial Ekonomi

Kecamatan Binawidya merupakan salah satu wilayah di Kota Pekanbaru yang mengalami perkembangan pesat dalam dekade terakhir, terutama dalam sektor pendidikan dan jasa. Perkembangan tersebut ditandai dengan:

1. Sektor Pendidikan

Kecamatan Binawidya dikenal sebagai kawasan pendidikan karena menjadi lokasi dua universitas besar di Pekanbaru:

a. Universitas Riau (UNRI)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN Suska Riau)

Berdasarkan data Statistik Pendidikan Kota Pekanbaru tahun 2024, total jumlah mahasiswa di Kota Pekanbaru mencapai 67.442 jiwa, dengan konsentrasi signifikan berada di Kecamatan Binawidya.

2. Pertumbuhan Ekonomi

Berkembangnya aktivitas pendidikan mendorong pertumbuhan sektor usaha pendukung, seperti:

- a. Jasa kost dan kontrakan
- b. Warung makan dan restoran
- c. Fotokopi dan percetakan
- d. Jasa servis teknologi (komputer, laptop, printer, smartphone)
- e. Minimarket dan toko retail
- f. Transportasi online

3. Infrastruktur

Kecamatan Binawidya memiliki akses infrastruktur yang baik dengan jalan utama seperti Jalan HR. Soebrantas yang menghubungkan berbagai kelurahan. Jaringan jalan ini terus berkembang seiring dengan pertumbuhan kawasan permukiman dan komersial.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2 Gambaran Umum Industri Servis Komputer di Kecamatan Binawidya

4.2.1 Perkembangan Industri Servis Komputer

Industri servis komputer di Kecamatan Binawidya mengalami pertumbuhan signifikan seiring dengan meningkatnya jumlah mahasiswa dan aktivitas akademik yang bergantung pada teknologi.

Perkembangan ini didorong oleh beberapa faktor:

1. Ketergantungan pada Teknologi

Aktivitas perkuliahan modern yang mengharuskan mahasiswa untuk:

- a. Mengerjakan tugas dan paper menggunakan komputer/laptop
- b. Mengakses e-learning dan sistem informasi akademik
- c. Melakukan presentasi dan kolaborasi online
- d. Mengikuti kuliah daring (terutama pasca-pandemi)

2. Intensitas Penggunaan

Penggunaan laptop dan komputer yang intensif (rata-rata 6-10 jam per hari) meningkatkan risiko kerusakan hardware maupun software, sehingga menciptakan permintaan tinggi akan layanan servis.

3. Daya Beli Mahasiswa

Mahasiswa sebagai segmen pasar utama memiliki keterbatasan daya beli, sehingga cenderung memilih untuk memperbaiki perangkat daripada membeli yang baru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2.2 Jumlah dan Sebaran Usaha Servis Komputer

Berdasarkan observasi melalui Google Maps yang dilakukan pada tahun 2025, teridentifikasi setidaknya 20 unit usaha jasa servis komputer di Kecamatan Binawidya. Sebaran usaha tersebut terkonsentrasi di beberapa lokasi strategis:

Tabel 4.3 Sebaran Usaha Servis Komputer Berdasarkan Lokasi

Lokasi	Jumlah Usaha	Persentase
Jl. HR. Soebrantas	4 usaha	20%
Jl. Binakrida (sekitar UNRI)	3 usaha	15%
Jl. Manyar Sakti	3 usaha	15%
Jl. Bangau Sakti	3 usaha	15%
Jl. Balam Sakti	3 usaha	15%
Lokasi lainnya	4 usaha	20%
Total	20 usaha	100%

Sumber: Observasi Google Maps, 2025

4.2.3 Karakteristik Pelanggan Servis Komputer

Pelanggan jasa servis komputer di Kecamatan Binawidya memiliki karakteristik khusus:

1. Segmentasi Berdasarkan Status
 - a. Mahasiswa (70%): Merupakan segmen terbesar dengan kebutuhan servis yang tinggi
 - b. Dosen dan tenaga pendidik (15%): Memerlukan laptop untuk kegiatan mengajar dan penelitian
 - c. Karyawan dan profesional (10%): Pengguna laptop untuk pekerjaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Masyarakat umum (5%): Penggunaan personal dan keluarga

2. Karakteristik Perilaku

- a. Sensitivitas Harga: Mahasiswa sebagai segmen utama memiliki sensitivitas harga yang tinggi, cenderung mencari layanan dengan harga terjangkau
- b. Ketergantungan Waktu: Membutuhkan penyelesaian servis yang cepat karena laptop digunakan untuk tugas dan kuliah
- c. Akses Informasi: Aktif mencari informasi melalui Google, media sosial, dan rekomendasi teman
- d. Kepercayaan: Lebih mempercayai rekomendasi dari teman atau review online
- e. Loyalitas Terbatas: Bersedia pindah ke penyedia layanan lain jika menemukan penawaran yang lebih baik

3. Jenis Kerusakan yang Sering Dialami

- a. Masalah software (virus, sistem operasi error): 35%
- b. Kerusakan hardware (keyboard, layar, baterai): 30%
- c. Overheat dan pembersihan: 20%
- d. Upgrade komponen (RAM, storage): 10%
- e. Lainnya (recovery data, instalasi software khusus): 5%

4.2.4 Potensi Pasar dan Proyeksi

Dengan jumlah mahasiswa yang mencapai lebih dari 67.000 orang di Kota Pekanbaru (dengan konsentrasi terbesar di Binawidya) dan tingkat penetrasi laptop/komputer yang hampir 100% di kalangan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mahasiswa, potensi pasar industri servis komputer di Kecamatan Binawidya dapat diperkirakan sebagai berikut:

Asumsi:

1. Total mahasiswa di Binawidya: ±50.000 orang
2. Tingkat kepemilikan laptop: 95% = 47.500 unit
3. Frekuensi servis rata-rata: 1,5 kali/tahun
4. Total potensi transaksi servis per tahun: 71.250 kali

Dengan 20 usaha servis yang ada, rata-rata setiap usaha memiliki potensi melayani sekitar 3.562 transaksi per tahun atau sekitar 297 transaksi per bulan. Namun dalam praktiknya, distribusi tidak merata karena faktor reputasi, lokasi, dan kualitas layanan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh persepsi harga, kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru. Hal ini menunjukkan bahwa semakin positif persepsi pelanggan terhadap harga yang ditawarkan, seperti harga yang dianggap wajar, sesuai dengan kualitas perbaikan, dan sebanding dengan manfaat yang diterima, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru.
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru, dan merupakan variabel yang paling dominan di antara ketiga variabel yang diteliti. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pelanggan kepada penyedia jasa servis komputer, seperti keyakinan terhadap kejujuran teknisi, ketepatan waktu penyelesaian, serta jaminan keamanan perangkat yang

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diservis, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru.

3. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru. Artinya, jika hanya kualitas pelayanan yang ditingkatkan tanpa diimbangi oleh harga yang wajar dan kepercayaan pelanggan yang kuat, maka peningkatan tersebut belum cukup untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara berarti. Hal ini terjadi karena pelanggan servis komputer umumnya sudah menganggap kualitas pelayanan sebagai standar minimal yang wajib dipenuhi, sehingga faktor harga dan kepercayaan justru menjadi penentu utama kepuasan mereka.
4. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga, kepercayaan, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi pelanggan terhadap harga, semakin tinggi kepercayaan yang dirasakan, dan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan secara bersama-sama, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan servis komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru, dengan ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 78,1% variasi kepuasan pelanggan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6.2 Saran

Berdasarkan Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Usaha Servis Komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru

Karena persepsi harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, pelaku usaha disarankan untuk menetapkan harga yang transparan dan kompetitif, serta menyediakan informasi tarif servis secara terbuka kepada pelanggan sebelum pekerjaan dimulai. Dengan menjaga persepsi pelanggan agar harga yang dibayarkan terasa wajar dan sebanding dengan manfaat yang diperoleh, kepuasan pelanggan dapat terus meningkat dan mendorong loyalitas jangka panjang.

2. Bagi Pelaku Usaha dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan

Karena kepercayaan merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan, pelaku usaha servis komputer harus menjadikan pembangunan kepercayaan sebagai prioritas utama dalam strategi bisnis mereka. Hal ini dapat diwujudkan melalui kejujuran dalam mendiagnosa kerusakan perangkat, ketepatan estimasi waktu penyelesaian, pemberian garansi hasil servis, serta menjaga kerahasiaan data pelanggan. Kepercayaan yang terbina dengan baik secara langsung menjawab kebutuhan pelanggan akan rasa aman

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam menggunakan jasa servis komputer, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan mereka secara signifikan.

3. Bagi Pelaku Usaha dalam Menjaga Kualitas Pelayanan

Meskipun kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial, hal ini tidak berarti kualitas pelayanan dapat diabaikan, karena secara simultan kualitas pelayanan tetap berkontribusi bersama variabel lainnya terhadap kepuasan pelanggan. Pelaku usaha disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan standar pelayanan, seperti kebersihan, kerapian ruangan, peralatan yang tersedia, kecepatan respons terhadap keluhan, serta kompetensi teknis tenaga servis, sehingga ketika dikombinasikan dengan persepsi harga yang baik dan kepercayaan yang tinggi, kualitas pelayanan dapat memberikan kontribusi optimal terhadap kepuasan pelanggan.

4. Bagi Pelanggan Jasa Servis Komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru

Pelanggan disarankan untuk mempertimbangkan aspek persepsi harga, kepercayaan, dan kualitas pelayanan secara menyeluruh sebelum memilih tempat servis komputer. Pelanggan hendaknya tidak hanya terpaku pada pertimbangan harga yang murah semata, tetapi juga memperhatikan reputasi dan kejujuran teknisi sebagai indikator kepercayaan yang terbukti menjadi faktor paling dominan dalam membentuk kepuasan. Pelanggan juga disarankan untuk aktif mencari informasi mengenai estimasi biaya dan waktu pengerjaan sebelum

menyerahkan perangkat, serta memastikan adanya jaminan atau garansi hasil servis dari penyedia layanan. Dengan mempertimbangkan ketiga aspek tersebut secara terpadu, pelanggan dapat membuat keputusan yang lebih tepat dalam memilih jasa servis komputer yang tidak hanya terjangkau, tetapi juga terpercaya dan berkualitas, sehingga kepuasan yang optimal dapat tercapai.

5. Bagi Peneliti Selanjutnya

Karena penelitian ini menunjukkan bahwa masih terdapat 21,9% variasi kepuasan pelanggan yang belum dapat dijelaskan oleh ketiga variabel yang diteliti, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi variabel-variabel lain yang berpotensi mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti lokasi usaha, citra merek, pengalaman pelanggan (customer experience), atau kecepatan penanganan keluhan. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat memperluas wilayah penelitian, menambah jumlah sampel, serta menggunakan metode penelitian yang lebih beragam agar hasil penelitian dapat lebih komprehensif dan dapat digeneralisasi secara lebih luas.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2024, 31 Januari). *Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang*. APJII. Diakses pada 15 Oktober 2025, dari <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru. (2025, 25 Juni). *Statistik pendidikan Kota Pekanbaru 2024*. BPS. Diakses pada 15 Oktober 2025, dari <https://pekanbarukota.bps.go.id/id/publication/2025/06/25/4f58a8df7e7fc787e90cce16/statistik-pendidikan-kota-pekanbaru-2024.html>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Distribusi persentase produk domestik bruto atas dasar harga berlaku menurut lapangan usaha (%), 2021–2024*. BPS. Diakses pada 15 Oktober 2025, dari <https://www.bps.go.id/id/statistics-table>
- Caniago, A. (2022). Analisis kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 219.
- Desla, I. O., & Aswan, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Laptop Pada J-Bros Computer Padang. *Jurnal bintang manajemen*, 1(2), 175-198.
- Donni, J. P. (2017). Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer. *Bandung: Alfabeta*.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Deepublish.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Fitrianto, H., & Wikaningtyas, S. U. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Matapisau Barbershop Yogyakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3(4), 1189-1209.
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of service quality on customer loyalty and customer satisfaction in Islamic banks in the Sultanate of Oman. *Sage Open*, 10(2), 2158244020919517.
- Ghaani Farashahi, B., Easter, E., & Annett-Hitchcock, K. (2018). Price and perceived product quality: a comparison of denim jeans in three price categories. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 22(3), 369-386.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe ko. we. cok di solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1-13.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Butarbutar, M., Efendi, E., Sudarso, A., Purba, B., ... & Novela, V. (2021). Manajemen pemasaran jasa.
- Hanggita AT. Analisis faktor pemilihan lokasi usaha jasa pada UMKM di Kecamatan Paciran. *Manajemen Bisnis*. 2018;8(2).
- Handoko, J. L. (2023). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Berunding Coffee Yogyakarta. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 8(3).



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Handayani, L. S., & Putri, A. T. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 1(02), 78-86.
- Hadiwijaya T. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hours Coffee And More Jakarta. *Aksioma: Jurnal Manajemen*. 2022;1(2):123–138.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). Rethinking some of the rethinking of partial least squares. *European journal of marketing*, 53(4), 566-584.
- Hipólito, F., Dias, Á., & Pereira, L. (2025). Influence of consumer trust, return policy, and risk perception on satisfaction with the online shopping experience. *Systems*, 13(3), 158.
- SIHOTANG, M. (2023). PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE VIVO (DI KOTA MEDAN).
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta, CV.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Isnaini, N. R., Widyastuti, U., & Siregar, M. E. S. (2025). Pengaruh Financial Socialization dan Financial Attitude Terhadap Financial Satisfaction Melalui Financial Behavior Mahasiswa Rantau di Pulau Jawa. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 4(2), 187-200.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Ihham, M. (2023). *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen di Toko Adi Computer* (Doctoral dissertation, STIE Tri Bhakti).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education Limited.
- Kumar, V., & Pansari, A. (2020). Competitive advantage through customer engagement. *Journal of Marketing Research*, 57(3), 531-549.
- Lusiana, L., & Gultom, I. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Service Komputer (Studi Kasus Metro Komputer Service Bandar Lampung). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi Vol*, 7(4).
- Monalisa, M., Riswanto, A., Thaha, A. R., Burhanudin, J., Zahara, A. E., Muwarni, I., ... & Dewi, L. K. C. (2023). *Strategi Pemasaran: Mengukir Sukses melalui Strategi Pemasaran Terbaik*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Meida, F., Astuti, M., & Nastiti, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic Covid-19. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 157-166.
- Masiaga, N. R., Worang, F. G., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh keamanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan yang berbelanja secara online di Lazada. com. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 900-910.
- Natasya, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Ride Di Gojek Pada Mahasiswa/I Fakultas

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 128-145.

Nisa, K. (2012). Pengaruh Kepuasan Pelayanan, Lokasi, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).

Onsardi, O., & Wulansari, F. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada Toko Mega Komputer Kota Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 3(2), 109-115.

Perdana, O. A. (2021). *Pengaruh Persepsi Resiko Dan Persepsi Teknologi Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Kalangan Generasi Milenal Di Kecamatan Lima Puluh)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).

Priansa, D. juni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV. Pustaka Setia.

Parasuraman, A. B. L. L., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *1988*, 64(1), 12-40.

Ramli, I., Marewa, J. B., & Rundupadang, H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Gerald Computer Kabupaten Tana Toraja. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(6), 2658-2664.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Ravaja, N., Somervuori, O., & Salminen, M. (2013). Predicting purchase decision: The role of hemispheric asymmetry over the frontal cortex. *Journal of Neuroscience, Psychology, and Economics*, 6(1), 1.
- Rahmawati, W. A. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Tingkat Loyalitas Pelanggan:(Studi Kasus Pada MGS Computer Kota Balikpapan). *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 177-188.
- Riyanto, K., & Satinah, S. (2023). Pengaruh penetapan harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran*, 1(01), 30-37.
- Christian, M., Sander, O. A., Indriyarti, E. R., Wibowo, S., Yulita, H., & Sunarno, S. (2022). Investigating the use of Online Transportation for Generation Z In Jakarta: Are Users Satisfied with Switching payments from Cash to Cashless?. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(2), 932-944.
- Sari, M. B., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Gelas Di Kota Surabaya. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10 (2), 851–858.
- Sari et al. (2022). Dasar-dasar Metodologi Penelitian. In Buku Ajar Metodologi Penelitian (Pertama).
- Sartika, D. P., Mahmud, M., Aqmala, D., & Setiawan, A. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kewajaran Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Loyalitas Pelanggan Toko Dokter Komputer. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 5(1), 332-343.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior TWELFTH EDITION Global Edition*.

Startup Computer Bali. Jasa servis komputer: perbaikan cepat, harga bersahabat [Internet]. Denpasar: Startup Computer Bali; 2024. <https://startupcomputerbali.com/jasa-servis-komputer-perbaikan-cepat-harga-bersahabat/>

Sugiyono. (2016). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.

Surahmat, A., & Sutrisno, M. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan Dalam Industri Teknologi Menggunakan Algoritma C4. 5. *Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informatika dan Komputer*, 75-79.

Santoso, A. B. (2006). *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Kepuasan sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Outlet (Studi Empirik pada Retailer Komputer di Kota Semarang)* (Doctoral dissertation, program Pascasarjana Universitas Diponegoro).

Saipuloh, Y., & Suro, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Hotel The Westin Jakarta. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(9), 4441-4455.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran: Prinsip dan penerapan* (Edisi 4). Andi Offset.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wardani, S. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV Mega Bordir Komputer Kota Tangerang. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 142-152.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (2021). Problems and strategies in services marketing. *Journal of Marketing*, 85(2), 33-46.



UIN SUSKA RIAU


Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum wr.wb

Saya Riyan Fatur Friansyah, mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang sedang melakukan penelitian mengenai **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERVIS KOMPUTER DI KECAMATAN BINAWIDYA, KOTA PEKANBARU”**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana persepsi harga, kepercayaan, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada servis komputer di kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru. Kuesioner ini disusun untuk memperoleh data yang akan digunakan sebagai bahan analisis dalam penelitian tersebut.

Partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i sangat berharga bagi saya. Semua jawaban akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan akademik. Tidak ada jawaban benar atau salah, yang diharapkan adalah pendapat jujur sesuai pengalaman dan pandangan Anda.

Atas waktu dan kesediaan yang telah Anda berikan, saya ucapkan terima kasih.

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Mohon memilih salah satu jawaban yang paling menggambarkan pendapat Anda pada setiap pernyataan berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2 kali
- 3–5 kali
- > 5 kali

Jenis layanan servis komputer yang pernah Anda gunakan: (boleh memilih lebih dari satu)

- Perbaikan Hardware (RAM, SSD, HDD, keyboard, layar, dll)
- Pemasangan dan Pengaturan Software (instalasi OS, aplikasi, dll)
- Pembersihan Komponen Komputer (kipas, motherboard, dll)
- Perakitan Komputer (rakit PC baru)
- Pemeliharaan Berkala (tune up, update antivirus, backup data, dll)
- Lainnya, sebutkan : _____

PERTANYAAN SEPUTAR JASA SERVIS

Apakah anda pernah menggunakan jasa servis komputer di wilayah Kecamatan Binawidya pada tahun 2025?

- Iya
- Tidak

I. PERSEPSI HARGA (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
A. Keterjangkauan Harga						
1	Harga servis komputer di tempat ini terjangkau sesuai dengan kemampuan saya					
2	Biaya yang dikenakan untuk jasa servis komputer sesuai dengan daya beli saya					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Pelayanan						
3	Harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas hasil perbaikan komputer					
4	Semakin tinggi harga yang saya bayarkan, semakin baik kualitas servis yang saya terima					
C. Kesesuaian Harga dengan Manfaat						
5	Manfaat yang saya peroleh dari servis komputer sebanding dengan biaya yang saya keluarkan					
6	Harga servis komputer di tempat ini memberikan nilai yang baik untuk uang yang saya bayarkan					
D. Daya Saing Harga						
7	Harga servis komputer di tempat ini lebih kompetitif dibandingkan tempat servis lainnya					
8	Tempat servis komputer ini menawarkan harga yang bersaing di pasaran					

1.5.1 II. KEPERCAYAAN (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
A. Niat Baik						
1	Saya merasa teknisi di tempat ini memberikan saran yang terbaik untuk komputer saya					
2	Tempat servis ini tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada kepuasan pelanggan					
B. Integritas						
3	Teknisi di tempat ini jujur dalam menjelaskan kondisi komputer saya					
4	Tempat servis ini konsisten antara ucapan dan tindakan dalam memberikan layanan					
C. Kompetensi						



1.5.2 III. KUALITAS PELAYANAN (X3)

5	Teknisi di tempat ini memiliki kemampuan dan keterampilan yang baik dalam memperbaiki komputer					
6	Tempat servis ini mampu menyelesaikan masalah komputer saya dengan efektif					

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
A. Berwujud						
1	Tempat servis komputer ini memiliki fasilitas yang bersih dan nyaman					
2	Peralatan dan perlengkapan servis yang digunakan terlihat modern dan lengkap					
B. Kehandalan						
3	Tempat servis ini mampu memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan					
4	Waktu pengerjaan servis komputer sesuai dengan estimasi yang diberikan					
C. Daya Tanggap						
5	Teknisi merespon dengan cepat saat saya meminta bantuan					
6	Tempat servis ini memberikan informasi yang jelas dan cepat mengenai kondisi komputer saya					
D. Jaminan atau Kepastian						
7	Teknisi memiliki pengetahuan yang luas tentang permasalahan komputer					
8	Saya merasa aman meninggalkan komputer saya di tempat servis ini					
E. Empati						



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9	Tempat servis ini memberikan perhatian pribadi kepada setiap pelanggan					
10	Teknisi peduli dengan masalah yang saya hadapi dengan komputer saya					

1.5.3 IV. KEPUASAN PELANGGAN (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
A. Kesesuaian Harapan						
1	Layanan servis komputer yang saya terima sesuai dengan harapan saya					
2	Hasil perbaikan komputer memenuhi ekspektasi saya					
B. Minat Berkunjung Kembali						
3	Saya berniat untuk kembali menggunakan jasa servis komputer di tempat ini					
4	Saya akan memilih tempat servis ini lagi jika komputer saya mengalami masalah di masa mendatang					
C. Kesiediaan Merekomendasikan						
5	Saya percaya tempat servis komputer ini layak untuk direkomendasikan kepada orang lain					
6	Saya bersedia memberikan testimoni positif tentang tempat servis komputer ini					

Lampiran 2. Tabel Tabulasi Data

No	Persepsi Harga					Kepercayaan					Kualitas Pelayanan					Kepuasan Pelanggan										
	1	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
2	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4
3	3	3	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	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	4	3	5	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	4	5	5	4	4	3	3	4	4
6	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
7	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	1	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	4	3
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25																								
	3	3	4	5	5	4	3	3	5	4	3	2	4	5	2	5	4	4	3	2	4	5	4	4	5	4	4	4	5	3	2	5	4			
	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
	4	4	5	4	5	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	5	4		
	4	4	5	5	5	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	4		
	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	
	5	3	4	4	4	5	4	3	2	3	4	5	4	4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	4	4	5	3	5	3	3	3	3	3	3		
	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4	3	4	5	5	4	3	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	
	2	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	
	5	4	4	3	4	4	3	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5		
	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	2	3	3	4	5	2	3	4	5	5	4	4	4	3	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	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	
9	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	
8	2	2	3	4	3	4	3	4	4	3	2	3	4	3	3	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	
8	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
9	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	
9	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	
9	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	3	5	4
9	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
9	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4
9	3	3	4	4	4	5	5	5	3	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	3	
9	4	5	4	2	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	5	2	3	4	4	5	3	4	4	3	
9	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	
3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
2	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	2	2	3	4	3	3	3	3	4	4	1	3	4	5

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 3. Olahan Data

1. Uji Validitas

		Correlations								
		VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015	VAR00016	VAR00017	VAR00018
VAR00010	Pearson Correlation	1	.473**	.595**	.417**	.557**	.605**	.547**	.553**	.748**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
VAR00011	Pearson Correlation	.473**	1	.499**	.442**	.495**	.455**	.486**	.535**	.701**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
VAR00012	Pearson Correlation	.595**	.499**	1	.611**	.757**	.698**	.534**	.664**	.853**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
VAR00013	Pearson Correlation	.417**	.442**	.611**	1	.651**	.479**	.558**	.541**	.760**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
VAR00014	Pearson Correlation	.557**	.495**	.757**	.651**	1	.668**	.550**	.605**	.839**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
VAR00015	Pearson Correlation	.605**	.455**	.698**	.479**	.668**	1	.539**	.668**	.806**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
VAR00016	Pearson Correlation	.547**	.486**	.534**	.558**	.550**	.539**	1	.572**	.762**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
VAR00017	Pearson Correlation	.553**	.535**	.664**	.541**	.605**	.668**	.572**	1	.815**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
VAR00018	Pearson Correlation	.748**	.701**	.853**	.760**	.839**	.806**	.762**	.815**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Correlations

		VAR00019	VAR00020	VAR00021	VAR00022	VAR00023	VAR00024	VAR00025
VAR00019	Pearson Correlation	1	.634**	.471**	.519**	.553**	.510**	.769**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
VAR00020	Pearson Correlation	.634**	1	.532**	.591**	.640**	.671**	.847**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
VAR00021	Pearson Correlation	.471**	.532**	1	.689**	.556**	.531**	.785**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
VAR00022	Pearson Correlation	.519**	.591**	.689**	1	.532**	.503**	.794**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
VAR00023	Pearson Correlation	.553**	.640**	.556**	.532**	1	.595**	.808**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
VAR00024	Pearson Correlation	.510**	.671**	.531**	.503**	.595**	1	.798**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
VAR00025	Pearson Correlation	.769**	.847**	.785**	.794**	.808**	.798**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		Correlations										
		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011
VAR00001	Pearson Correlation	1	.538**	.503**	.411**	.476**	.538**	.406**	.452**	.510**	.470**	.697**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
VAR00002	Pearson Correlation	.538**	1	.658**	.512**	.582**	.430**	.405**	.488**	.428**	.547**	.734**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
VAR00003	Pearson Correlation	.503**	.658**	1	.578**	.584**	.552**	.528**	.580**	.639**	.600**	.814**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
VAR00004	Pearson Correlation	.411**	.512**	.578**	1	.514**	.459**	.518**	.579**	.408**	.489**	.710**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
VAR00005	Pearson Correlation	.476**	.582**	.584**	.514**	1	.565**	.481**	.397**	.450**	.574**	.740**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
VAR00006	Pearson Correlation	.538**	.430**	.552**	.459**	.565**	1	.593**	.624**	.540**	.692**	.787**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
VAR00007	Pearson Correlation	.406**	.405**	.528**	.518**	.481**	.593**	1	.687**	.538**	.605**	.753**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
VAR00008	Pearson Correlation	.452**	.488**	.580**	.579**	.397**	.624**	.687**	1	.656**	.620**	.798**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
VAR00009	Pearson Correlation	.510**	.428**	.639**	.408**	.450**	.540**	.538**	.656**	1	.693**	.771**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
VAR00010	Pearson Correlation	.470**	.547**	.600**	.489**	.574**	.692**	.605**	.620**	.693**	1	.824**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
VAR00011	Pearson Correlation	.697**	.734**	.814**	.710**	.740**	.787**	.753**	.798**	.771**	.824**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Correlations

		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007
VAR00001	Pearson Correlation	1	.585**	.634**	.617**	.631**	.556**	.829**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
VAR00002	Pearson Correlation	.585**	1	.591**	.583**	.575**	.531**	.804**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
VAR00003	Pearson Correlation	.634**	.591**	1	.654**	.560**	.482**	.829**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
VAR00004	Pearson Correlation	.617**	.583**	.654**	1	.506**	.447**	.806**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
VAR00005	Pearson Correlation	.631**	.575**	.560**	.506**	1	.573**	.794**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
VAR00006	Pearson Correlation	.556**	.531**	.482**	.447**	.573**	1	.737**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
VAR00007	Pearson Correlation	.829**	.804**	.829**	.806**	.794**	.737**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

2. Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.910	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.887	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	6

Uji Asumsi Klasik

3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

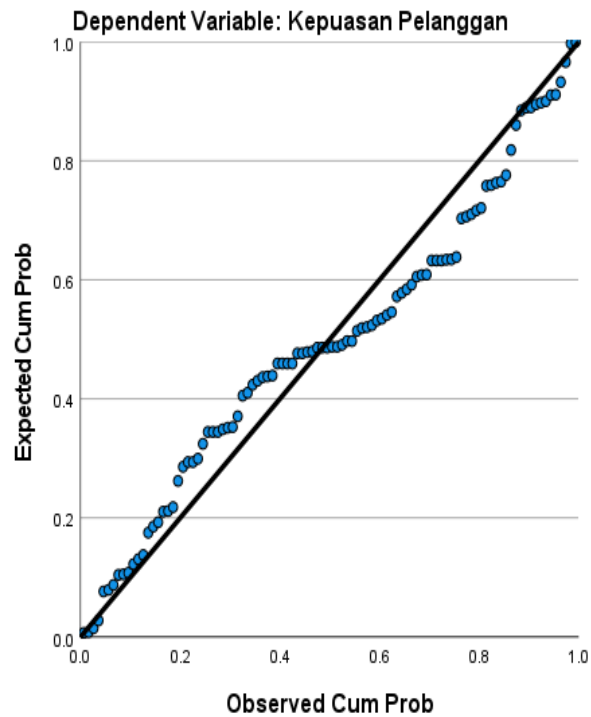
		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.60613279	
Most Extreme Differences	Absolute	.120	
	Positive	.120	
	Negative	-.092	
Test Statistic		.120	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.001	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.001	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.000
		Upper Bound	.002

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 624387341.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



4. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

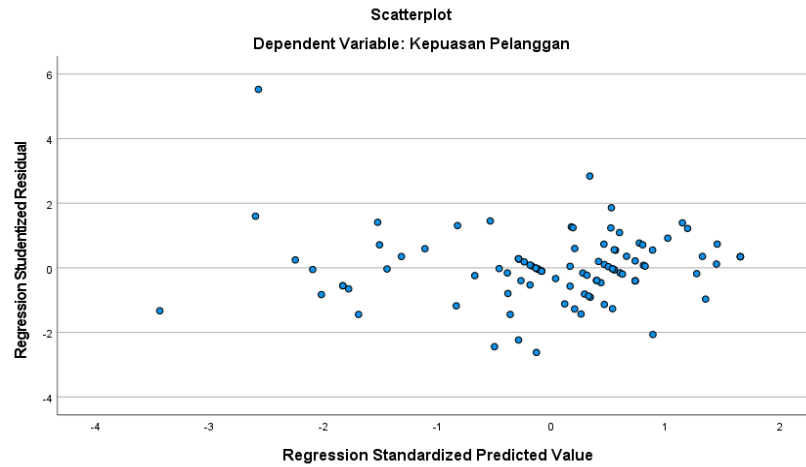
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.039	1.169		2.601	.011		
	Persepsi Harga	.154	.063	.232	2.449	.016	.255	3.919
	Kepercayaan	.493	.101	.514	4.900	<.001	.207	4.820
	Kualitas Pelayanan	.109	.080	.191	1.370	.174	.118	8.461

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Uji Heteroskedastisitas



6. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.884 ^a	.781	.774	1.631	2.136

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

7. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.039	1.169		2.601	.011
	Persepsi Harga	.154	.063	.232	2.449	.016
	Kepercayaan	.493	.101	.514	4.900	<.001
	Kualitas Pelayanan	.109	.080	.191	1.370	.174

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hasil Uji Hipotesis Penelitian

8. Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.039	1.169		2.601	.011
	Persepsi Harga	.154	.063	.232	2.449	.016
	Kepercayaan	.493	.101	.514	4.900	<.001
	Kualitas Pelayanan	.109	.080	.191	1.370	.174

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

9. Uji Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	909.123	3	303.041	113.913	<.001 ^b
	Residual	255.387	96	2.660		
	Total	1164.510	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepercayaan

10. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.884 ^a	.781	.774	1.631	2.136

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Lampiran 4. Dokumentasi



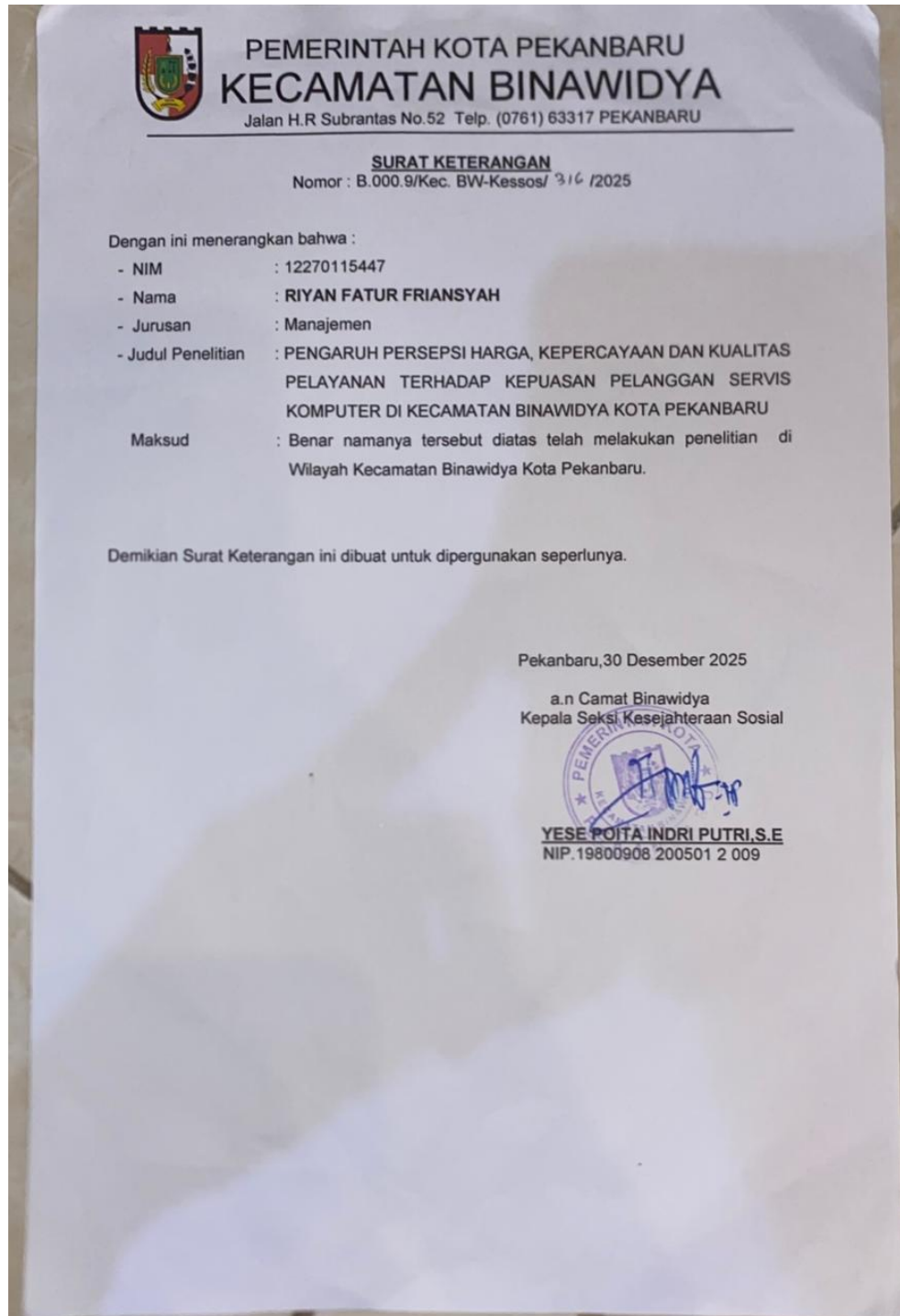
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Surat keterangan Riset





ACC Instrumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Acc digunakan
mengumpul data.
Pekanbaru
12-2025
Fakhrurrozi*

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum wr.wb

Saya Riyan Fatur Friansyah, mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang sedang melakukan penelitian mengenai **"PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERVIS KOMPUTER DI KECAMATAN BINAVIDYA, KOTA PEKANBARU"**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana persepsi harga, kepercayaan, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada servis komputer di kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru. Kuesioner ini disusun untuk memperoleh data yang akan digunakan sebagai bahan analisis dalam penelitian tersebut.

Partisipasi Bapak/Tbu/Saudara/i sangat berharga bagi saya. Semua jawaban akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan akademik. Tidak ada jawaban benar atau salah, yang diharapkan adalah pendapat jujur sesuai pengalaman dan pandangan Anda.

Atas waktu dan kesediaan yang telah Anda berikan, saya ucapkan terima kasih.

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Mohon memilih salah satu jawaban yang paling menggambarkan pendapat Anda pada setiap pernyataan berikut:

Keterangan:

- STS = Sangat Tidak Setuju (1)
- TS = Tidak Setuju (2)
- N = Netral (3)
- S = Setuju (4)
- SS = Sangat Setuju (5)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 5. Format Wawancara

Lampiran Pertanyaan Wawancara Pendukung

PEDOMAN WAWANCARA MENDALAM

Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Servis Komputer di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru

Identitas Informan

- Nama/Inisial:
- Usia:
- Pekerjaan:
- Frekuensi Servis Komputer:

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

- P1: Faktor apa yang paling Anda prioritaskan ketika memilih tempat servis komputer: harga, kepercayaan kepada teknisi, atau kualitas pelayanan?
- P2: Bagaimana pendapat Anda mengenai kondisi fisik tempat servis komputer yang biasa Anda kunjungi, seperti kebersihan, kenyamanan ruangan, dan kelengkapan peralatan?
- P3: Apakah pekerjaan servis selalu diselesaikan sesuai waktu yang dijanjikan? Bagaimana dampaknya terhadap kepuasan Anda?
- P4: Seberapa besar pengaruh kepercayaan kepada teknisi (kejujuran dan kompetensi) terhadap kepuasan Anda dibandingkan dengan aspek fisik kualitas pelayanan?

P5: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas dengan jasa servis komputer yang pernah Anda gunakan, dan apakah Anda bersedia kembali ke tempat yang sama?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN 1

Nama/Inisial	:	Isa
Usia	:	23 tahun
Pekerjaan	:	Mahasiswa
Frekuensi Servis	:	3 Kali
Pewawancara	:	Riyan Fatur Friansyah

Transkrip Tanya Jawab:

P1: Faktor apa yang paling Anda prioritaskan ketika memilih tempat servis komputer: harga, kepercayaan kepada teknisi, atau kualitas pelayanan?

I: Saya sebagai mahasiswa lebih mementingkan yang harga ke arah murah. Kalau harganya masuk di kantong, saya tetap bawa ke sana meskipun ada kekurangannya.

P2: Bagaimana pendapat Anda mengenai kondisi fisik tempat servis komputer yang biasa Anda kunjungi, seperti kebersihan, kenyamanan ruangan, dan kelengkapan peralatan?

I: Kadang fasilitas kurang terjaga dan nyaman. Peralatannya juga ada yang kelihatan kurang memadai menurut saya.

P3: Apakah pekerjaan servis selalu diselesaikan sesuai waktu yang dijanjikan? Bagaimana dampaknya terhadap kepuasan Anda?

I: Ketepatan waktu pengerjaan sering tidak konsisten sama yang dijanjikan. Pernah dibilang selesai dua hari, ternyata diundur lagi karena banyak antrean

P4: Seberapa besar pengaruh kepercayaan kepada teknisi (kejujuran dan kompetensi) terhadap kepuasan Anda dibandingkan dengan aspek fisik kualitas pelayanan?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

I: Kalau sudah harganya murah dan teknisinya bisa benerin masalah saya, saya tidak terlalu mempermasalahkan penampilan tempatnya. Kepercayaan sama teknisi itu lebih penting buat saya.

P5: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas dengan jasa servis komputer yang pernah Anda gunakan, dan apakah Anda bersedia kembali ke tempat yang sama?

I: Puas sih secara keseluruhan karena harganya terjangkau. Saya masih mau balik ke sana, walaupun berharap ketepatan waktunya bisa lebih konsisten.

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN 2

Nama/Inisial	:	Haris
Usia	:	22 tahun
Pekerjaan	:	Mahasiswa
Frekuensi Servis	:	2 Kali
Pewawancara	:	Riyan Fatur Friansyah

Transkrip Tanya Jawab:

P1: Faktor apa yang paling Anda prioritaskan ketika memilih tempat servis komputer: harga, kepercayaan kepada teknisi, atau kualitas pelayanan?

H: Saya memilih lokasi yang ada dekat rumah saya. Tapi yang paling utama karena saya sudah percaya sama teknisinya, jadi saya balik ke tempat yang sama terus.

P2: Bagaimana pendapat Anda mengenai kondisi fisik tempat servis komputer yang biasa Anda kunjungi, seperti kebersihan, kenyamanan ruangan, dan kelengkapan peralatan?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

H: Tempatnya biasa saja, tidak mewah. Tapi bagi saya itu tidak masalah selama pelayanannya beres dan teknisinya bisa diandalkan.

P3: Apakah pekerjaan servis selalu diselesaikan sesuai waktu yang dijanjikan? Bagaimana dampaknya terhadap kepuasan Anda?

H: Kadang ada sedikit keterlambatan, tapi teknisinya selalu kasih kabar kalau ada kendala. Jadi saya masih bisa maklum dan tetap merasa puas.

P4: Seberapa besar pengaruh kepercayaan kepada teknisi (kejujuran dan kompetensi) terhadap kepuasan Anda dibandingkan dengan aspek fisik kualitas pelayanan?

H: Sangat besar pengaruhnya. Kepercayaan ke teknisi itu nomor satu buat saya. Saya puas karena udah percaya sama teknisinya, bukan karena tampilannya bagus.

P5: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas dengan jasa servis komputer yang pernah Anda gunakan, dan apakah Anda bersedia kembali ke tempat yang sama?

H: Puas dan saya selalu balik ke tempat yang sama. Karena sudah percaya sama teknisinya, saya tidak mau coba-coba pindah ke tempat lain.

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN 3

Nama/Inisial	:	Salsa
Usia	:	22 tahun
Pekerjaan	:	Mahasiswa
Frekuensi Servis	:	3 Kali
Pewawancara	:	Riyan Fatur Friansyah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Transkrip Tanya Jawab:

P1: Faktor apa yang paling Anda prioritaskan ketika memilih tempat servis komputer: harga, kepercayaan kepada teknisi, atau kualitas pelayanan?

S: Yang paling penting itu kejujuran dan kemampuan teknisinya. Harga juga jadi pertimbangan, tapi kalau teknisinya jujur dan kompeten, harga sedikit lebih mahal pun saya tidak keberatan.

P2: Bagaimana pendapat Anda mengenai kondisi fisik tempat servis komputer yang biasa Anda kunjungi, seperti kebersihan, kenyamanan ruangan, dan kelengkapan peralatan?

S: Saya lebih fokus ke kemampuan teknisinya. Mau tempatnya sederhana yang penting teknisinya bisa kerja dengan benar dan transparan soal kerusakan yang ada.

P3: Apakah pekerjaan servis selalu diselesaikan sesuai waktu yang dijanjikan? Bagaimana dampaknya terhadap kepuasan Anda?

S: Di tempat yang saya percaya, penyelesaiannya cukup tepat waktu. Itulah kenapa saya tetap loyal ke sana.

P4: Seberapa besar pengaruh kepercayaan kepada teknisi (kejujuran dan kompetensi) terhadap kepuasan Anda dibandingkan dengan aspek fisik kualitas pelayanan?

S: Jauh lebih besar pengaruh kepercayaan. Kalau teknisinya jujur dan kompeten, saya percaya mau balik lagi meskipun tempatnya sederhana. Penampilan fisik atau fasilitas ruangan, itu nomor dua buat saya.

P5: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas dengan jasa servis komputer yang pernah Anda gunakan, dan apakah Anda bersedia kembali ke tempat yang sama?

S: Sangat puas. Dan sudah pasti saya bersedia kembali. Sudah bertahun-tahun saya ke sana karena sudah terbukti dan saya percaya.


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN 4

Nama/Inisial	:	Tasya
Usia	:	21 tahun
Pekerjaan	:	Mahasiswa
Frekuensi Servis	:	2 Kali
Pewawancara	:	Riyan Fatur Friansyah

Transkrip Tanya Jawab:

P1: Faktor apa yang paling Anda prioritaskan ketika memilih tempat servis komputer: harga, kepercayaan kepada teknisi, atau kualitas pelayanan?

T: Awalnya saya pernah coba ke tempat yang kelihatannya bagus, bersih, ada AC. Tapi ternyata teknisinya kurang bisa handle masalah saya dan harganya mahal. Akhirnya saya kembali ke tempat yang biasa karena lebih percaya sama teknisinya.

P2: Bagaimana pendapat Anda mengenai kondisi fisik tempat servis komputer yang biasa Anda kunjungi, seperti kebersihan, kenyamanan ruangan, dan kelengkapan peralatan?

T: Tempat yang biasa saya pakai itu sederhana saja, tidak terlalu bersih atau nyaman secara fisik. Tapi saya lebih puas di sana dibanding tempat yang terlihat bagus tapi kurang kompeten.

P3: Apakah pekerjaan servis selalu diselesaikan sesuai waktu yang dijanjikan? Bagaimana dampaknya terhadap kepuasan Anda?

T: Di tempat yang saya percaya, penyelesaian cukup on time. Justru di tempat yang terlihat lebih profesional secara fisik malah pernah tidak tepat waktu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

P4: Seberapa besar pengaruh kepercayaan kepada teknisi (kejujuran dan kompetensi) terhadap kepuasan Anda dibandingkan dengan aspek fisik kualitas pelayanan?

T: Kepercayaan ke teknisi pengaruhnya jauh lebih besar. Pengalaman saya membuktikan bahwa tampilan fisik yang bagus tidak menjamin kepuasan. Yang menjamin kepuasan adalah kompetensi dan kejujuran teknisi.

P5: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas dengan jasa servis komputer yang pernah Anda gunakan, dan apakah Anda bersedia kembali ke tempat yang sama?

T: Puas dan bersedia kembali ke tempat yang biasa saya pakai. Meskipun tampilannya biasa saja, kepuasan saya lebih terjamin di sana.

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN 5

Nama/Inisial	:	Radif
Usia	:	20 tahun
Pekerjaan	:	Mahasiswa
Frekuensi Servis	:	2 Kali
Pewawancara	:	Riyan Fatur Friansyah

Transkrip Tanya Jawab:

P1: Faktor apa yang paling Anda prioritaskan ketika memilih tempat servis komputer: harga, kepercayaan kepada teknisi, atau kualitas pelayanan?

R: Saya lebih mementingkan kewajaran harga dan transparansi dari teknisinya. Kalau harganya wajar dan teknisinya jujur menjelaskan kerusakan, itu sudah membuat saya puas.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

P2: Bagaimana pendapat Anda mengenai kondisi fisik tempat servis komputer yang biasa Anda kunjungi, seperti kebersihan, kenyamanan ruangan, dan kelengkapan peralatan?

R: Soal pelayanan fisiknya seperti kebersihan atau penampilan karyawan, saya kurang terlalu memperhatikan. Yang lebih penting bagi saya adalah teknisinya bisa kerja dengan benar.

P3: Apakah pekerjaan servis selalu diselesaikan sesuai waktu yang dijanjikan? Bagaimana dampaknya terhadap kepuasan Anda?

R: Selama saya servis di sana, penyelesaian cukup sesuai estimasi yang diberikan. Kalau ada perubahan, teknisinya selalu memberitahu terlebih dahulu.

P4: Seberapa besar pengaruh kepercayaan kepada teknisi (kejujuran dan kompetensi) terhadap kepuasan Anda dibandingkan dengan aspek fisik kualitas pelayanan?

R: Kepercayaan jelas lebih dominan. Saya tidak butuh tempat yang mewah. Selama teknisinya bisa kerja dengan benar, transparan soal kerusakan, dan harganya wajar, itu sudah lebih dari cukup buat saya.

P5: Secara keseluruhan, apakah Anda merasa puas dengan jasa servis komputer yang pernah Anda gunakan, dan apakah Anda bersedia kembali ke tempat yang sama?

R: Puas dan bersedia kembali. Bagi saya kepuasan itu bukan soal tempatnya mewah atau tidak, tapi soal apakah masalah komputer saya terselesaikan dengan jujur dan harga yang wajar.