



UNIVERSITAS NASIONAL

**HUBUNGAN ANTARA KETERBUKAAN *CUSTOMER SERVICE*
MENGENAI PRODUK *SECOND HAND* TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA LAYANAN
(SURVEI PADA KONSUMEN DI MACBOOK NUSANTARA)**

SKRIPSI

**ATIA ELMAULA HANIFAH
213516516126**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JAKARTA**



UNIVERSITAS NASIONAL

**HUBUNGAN ANTARA KETERBUKAAN *CUSTOMER SERVICE*
MENGENAI PRODUK *SECOND HAND* TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA LAYANAN
(SURVEI PADA KONSUMEN DI MACBOOK NUSANTARA)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana

ATIA ELMAULA HANIFAH

213516516126

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

JAKARTA

FEBRUARI, 2025



UNIVERSITAS NASIONAL

**THE RELATIONSHIP BETWEEN CUSTOMER SERVICE
INFORMATION DISCLOSURE REGARDING SECOND HAND
PRODUCTS AND CONSUMER SATISFACTION WITH SERVICE
(SURVEY ON CONSUMERS IN MACBOOK NUSANTARA)**

THESIS

Submitted as one of the requirements for obtaining a Bachelor's degree

ATIA ELMAULA HANIFAH

213516516126

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM**

JAKARTA

FEBRUARY, 2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda-tangan dibawah ini:

Nama : Atia Elmaula Hanifah

NPM : 213516516126

Judul Skripsi : Hubungan Antara Keterbukaan Informasi *Customer Service* Mengenai Produk

Second Hand Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan (Suvei Pada Konsumen Di Macbook Nusantara)

Skripsi/Tesis/Disertasi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Jakarta, 06 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Atia Elmaula Hanifah



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Atia Elmaula Hanifah
NPM : 213516516126
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations
Judul Skripsi : Hubungan Antara Keterbukaan Informasi *Customer Service* Mengenai Produk *Second Hand* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan (Survei Pada Konsumen Di Macbook Nusantara)
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
Universitas Nasional

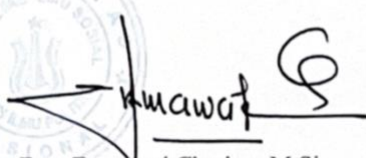
Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 10 Maret 2025

Dosen Pembimbing


Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Erna Ermawati Chotim., M.Si.



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Atia Elmaula Hanifah
NPM : 213516516126
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations
Judul Skripsi : Hubungan Antara Keterbukaan Informasi *Customer Service* Mengenai Produk *Second Hand* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan (Survei Pada Konsumen Di Macbook Nusantara)
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 05 Februari 2025

Dosen Pembimbing


Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


Djudjur Luciana R., S.Sos., M.Si.



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Atia Elmaula Hanifah
Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516126
Fakultas / Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsetrasi : Public Relations
Judul Skripsi : Hubungan Antara Keterbukaan Customer Service
Mengenai Produk Second Hand Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan
(Survei Pada Konsumen Di Macbook Nusantara)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam
Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 04 Maret 2025, sebagaimana tertulis dalam
"Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 10 Maret 2025

Ketua Sidang : Dra. Masnah, M.Si.

Penguji I : Nieke Monika Kulsum, S.E., M.Si.

Penguji II : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Keterangan :

- *) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan **LULUS**,
halaman ini tidak dijilid.



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Atia Elmaula Hanifah

NPM : 213516516126

Program Studi : Ilmu Komunikasi / Public Relations

Judul Skripsi : Hubungan Antara Keterbukaan Informasi Customer Service Mengenai Produk Second Hand Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan (Survei Pada Konsumen Di Macbook Nusantara)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana 04 Maret 2025 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

1. Ketua Sidang : Dra. Masnah, M.Si
2. Pembimbing : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si
3. Penguji I : Nieke Monika Kulsum, S.E., M.Si
4. Penguji II : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal: 12 Maret 2025

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Atia Elmaula Hanifah
 NPM : 213516516126
 Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 Prodi & Konsetrasi : Publik Relations
 Tanggal Sidang : 04 Maret 2025

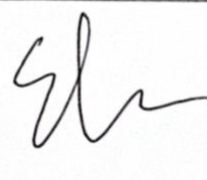
JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA

**HUBUNGAN ANTARA KETERBUKAAN *CUSTOMER SERVICE* MENGENAI
 PRODUK *SECOND HAND* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
 LAYANAN
 (SURVEI PADA KONSUMEN DI *MACBOOK NUSANTARA*)**

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS

**THE RELATIONSHIP BETWEEN CUSTOMER SERVICE OPENNESS
 REGARDING SECOND HAND PRODUCTS AND CONSUMER
 SATISFACTION WITH SERVICES
 (SURVEY ON CONSUMERS IN *MACBOOK NUSANTARA*)**

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 10 Maret 2025	TGL : 10 Maret 2025	TGL : 10 Maret 2025
 Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.	 Djudjur Luciana R, S.Sos. M.Si	 Atia Elmaula Hanifah

KATA PENGANTAR

Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi berjudul "Hubungan Antara Keterbukaan Informasi *Customer Service* Mengenai Produk *Second Hand* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan (Survei Pada Konsumen Di Macbook Nusantara)" dengan waktu yang tepat dan sesuai dengan rencana.

Dalam Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, proposal penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan tentang metode penulisan skripsi, memperoleh pemahaman tentang subjek penelitian, dan memenuhi persyaratan kelulusan untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Komunikasi Sarjana Strata Satu (S1).

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang telah membantu, memberikan saran, dan kritik kepada penulis. Penulis mengharapkan penelitian memberikan kritik dan saran apa pun yang mungkin karena mereka menyadari bahwa proposal penelitian jauh dari kata sempurna. Ucapan terimakasih ini ditujukan kepada :

- 1) Bapak Dr. El Amry Bermmawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional.
- 2) Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
- 3) Ibu Djujur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, serta Bapak Nursatyo, S. Sos., M.Si beserta jajarannya.
- 4) Ibu Yuyu Sriwartini., S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing penulis, yang telah membimbing penulis. Terima kasih atas kasih sayang dan kesabaran ibu dalam membimbing penulis, dari awal penelitian hingga penelitian ini terselesaikan. Terima kasih atas waktu, pikiran, dan tenaga yang rela diluangkan untuk membimbing penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian ini. Semoga semua yang telah diberikan kepada penulis dibalas oleh Allah SWT dan semoga selalu dalam lindungannya.

- 5) Bapak Yudha Pradhana., S.I.Kom., M.Si selaku dosen pembimbing akademik. Terimakasih telah mengarahkan dan membimbing penulis selama masa perkuliahan.
- 6) Teruntuk pintu surgaku, mama Marini tercinta, terima kasih atas kasih sayang, pengorbanan dan restu yang diberikan kepada penulis. Sosok yang menjadikan penulis menjadi kuat, tegar, dan mampu menghadapi segalanya. Tanpa doa doa yang kau panjatkan dan dukungan secara moril maupun materil, penulis tidak akan sampai dititik ini. Terima kasih atas segalanya, semoga mama sehat sehat dan selalu dalam lindungannya, karena sampai kapanpun penulis akan membutuhkan mama. Maaf apabila penulis banyak mengecewakan, belum bisa menjadi seperti yang diharapkan. Namun, penulis selalu mencoba yang terbaik, untuk menjadi yang lebih baik. *Love you ma.*
- 7) Bude Suharni, mama kedua penulis. Dengan segala kerja keras, pengorbanan dan kasih sayang tanpa batas, terimakasih telah membawa penulis hingga di titik ini, menjadi seorang sarjana. Terima kasih atas semua yang telah diberikan kepada penulis. Terima kasih atas dukungan materil dan moril yang diberikan kepada penulis. Semoga sehat walafiat dan selalu dalam lindungannya. *Love you.*
- 8) Bapak Hadi Waluyo, terima kasih karenamu, penulis bisa menjadi sosok wanita yang berani dan mampu *survive* disetiap keadaan. Semoga bapak sehat, panjang umur, dan selalu dalam lindungannya.
- 9) Bapak Amat Purwanto, terimakasih atas dukungan yang diberikan kepada penulis.
- 10) Kakak Naisila Nafulani, S.KM, yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis, menyaksikan lika liku perjalanan penulis, memberikan energi positif dan dorongan semangat selama kuliah hingga menyusun penelitian ini. Terima kasih karena sudah selalu membukakan jalan, dan mengarahkan untuk penulis.
- 11) Kakak Antik Wardani, S.KM, terima kasih karena telah membantu dalam penulisan ini, dan tidak bosan mendengarkan keluh kesah penulis.

- 12) Adiku Ibrahim Al Hadi, terima kasih karena adanya sosokmu memotivasi penulis untuk selalu kuat dan ceria. Semoga langkahmu dipermudah, dan masa depanmu jauh lebih cerah.
- 13) Septi Winda Ariyanti, saudara tak sedarah. Namun selalu melangkah beriringan searah meski kadang tak tau arah. Terimakasih selalu mendengarkan keluh kesah, cerita random, sedih hingga bahagia berbunga-bunga.
- 14) Difha, Lukky, dan Vivi yang selalu memberikan semangat dan doa selama mengerjakan penelitian ini.
- 15) Vasinka, Vania, Amadhea, Najwa, Aqma, Audiah, Revina, Risma, Ranisha, Merri, Divani, dan Zahra yang telah berjuang bersama-sama dari semester 1 hingga penyusunan penelitian ini diselesaikan, selalu saling memberi support, dorongan dan bantuan selama menyusun penelitian ini.



ABSTRAK

Nama : Atia Elmaula Hanifah
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pembimbing : Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.
Judul Penelitian : Hubungan Antara Keterbukaan Informasi *Customer Service* Mengenai Produk *Second Hand* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan (Survei Pada Konsumen Di Macbook Nusantara)

Penelitian ini menganalisis hubungan antara keterbukaan informasi *customer service* mengenai produk *second-hand* terhadap kepuasan konsumen pada layanan (survei pada konsumen di MacBook Nusantara). Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan kuesioner yang disebarakan kepada 110 responden pada Juli 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterbukaan informasi memiliki hubungan signifikan dengan kepuasan konsumen, terbukti dengan nilai koefisien korelasi 0,703 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Temuan ini mendukung teori *two way symmetrical communications* yang menekankan pentingnya transparansi dan dialog terbuka antara perusahaan dan konsumen. Keterbukaan informasi yang baik meningkatkan kepercayaan konsumen, memungkinkan mereka memperoleh informasi yang akurat, dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan terhadap layanan yang diterima. Studi ini menegaskan bahwa layanan konsumen yang transparan tidak hanya meningkatkan loyalitas konsumen tetapi juga memperbaiki persepsi merek di pasar produk *second-hand*.

Kata Kunci : Keterbukaan informasi, *customer service*, kepuasan konsumen, *two way symmetrical communications*, MacBook Nusantara.

ABSTRACT

Name : Atia Elmaula Hanifah
Study Program : Communication Major
Lecturer : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.
Title : The Relationship Between Customer Service Information Disclosure Regarding Second Hand Products And Consumer Satisfaction With Service (Survey On Consumers In Macbook Nusantara)

This research analyzes the relationship between openness of customer service information regarding second-hand products and consumer satisfaction with services (survey of consumers on MacBook Nusantara). The method used was descriptive quantitative with a questionnaire distributed to 110 respondents in July 2024. The research results showed that information openness had a significant relationship with consumer satisfaction, as evidenced by a correlation coefficient of 0.703 and a significance of $0.000 < 0.05$. These findings support the two-way symmetrical communications theory which emphasizes the importance of transparency and open dialogue between companies and consumers. Good information disclosure increases consumer trust, allows them to obtain accurate information, and ultimately increases satisfaction with the services they receive. This study confirms that transparent customer service not only increases consumer loyalty but also improves brand perception in the second-hand product market.

Keywords: Information transparency, customer service, consumer satisfaction, two way symmetrical communications, MacBook Nusantara.

DAFTAR ISI

HALAMAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	vii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	vii
HALAMAN PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI	ix
KATA PENGANTAR.....	x
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktisi.....	11
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II KERANGKA TEORI.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kebaruan Riset.....	20
2.3 Teori Two Way Symmetrical.....	20

2.4	Hipotesis Penelitian.....	24
2.5	Definisi Konseptual Keterbukaan Informasi.....	24
2.5	<i>Customer Service</i>	28
2.6	Produk <i>Second</i>	31
2.7	Definisi Konseptual Kepuasan Konsumen Pada Layanan	32
2.8	Kerangka Pemikiran.....	39
BAB III METODOLOGI		41
3.1	Pendekatan Penelitian	41
3.2	Metode penelitian.....	41
3.4	Teknik Pengambilan Data	42
3.5	Skala Ukur Penelitian.....	42
3.6	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	43
3.6.1	Populasi	43
3.6.2	Sampel	43
3.6.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	46
3.7	Definisi Operasional	47
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Riset.....	50
3.8.1	Uji Validitas	50
3.8.2	Uji Realibilitas.....	55
3.9	Teknik Pengolahan Data & Analisis Data	55
3.9.1	Teknik Pengolahan Data	55
3.9.2	Teknik Penyajian Data	55
3.9.3	Analisis Data.....	56
3.10	Perencanaan Penelitian.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		58
4.1	Profil Responden.....	58
4.1.1	Tabel Silang Profil Responden.....	59
4.2	Gambaran Variabel Keterbukaan Informasi (X).....	59
4.3	Gambaran Variabel Kepuasan Konsumen Pada Layanan (Y)	84
4.4	Gambaran Data Deskriptif Variabel Keterbukaan Informasi Per Dimensi	109
4.5.	Gambaran Data Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen pada Layanan Per Dimensi	117
4.6	Uji Normalitas	111

4.7	Uji Linearitas.....	130
4.8	Uji Hipotesis	130
4.9	Pembahasan.....	131
BAB V PENUTUP.....		135
5.1	Kesimpulan	135
5.2	Saran.....	135
5.2.1	Saran Akademis.....	135
5.2.2	Saran Praktis.....	136
DAFTAR PUSTAKA.....		137
LAMPIRAN.....		146



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Tabel Penjualan Apple Q3 Tahun 2019-2022	6
Tabel 1. 2 Data Tabel Toko Macbook Second	5
Tabel 1. 3 Data Jumlah Komplain dari Pembeli pada Tahun 2024	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Sampel Penelitian	43
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Penelitian	47
Tabel 3. 3 Daftar Sampel Uji Validitas	51
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas	55
Tabel 3. 6 Rencana Penelitian	57
Tabel 4. 1 Tabel Frekuensi Jenis Kelamin	58
Tabel 4. 2 Tabel Frekuensi Usia	58
Tabel 4. 3 tabulasi silang profil responden	59
Tabel 4. 4 “Informasi Yang Disampaikan Customer Service Kepada Saya Selalu Logis dan Mudah Dimengerti”	60
Tabel 4. 5 Informasi customer service logis	60
Tabel 4. 6 Informasi customer service logis Berdasarkan Usia Responden	61
Tabel 4. 7 “Customer Service Memberikan Penjelasan Yang Sangat Detail Sehingga Saya Memahami Informasi Dengan Baik”	61
Tabel 4. 8 Penjelasan Detail Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	62
Tabel 4. 9 Penjelasan Detail Berdasarkan Usia Responden	62
Tabel 4. 10 “Saya Merasa Informasi Yang Diberikan Customer Service Sudah Lengkap”	63
Tabel 4. 11 Informasi Lengkap Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	63
Tabel 4. 12 Informasi Lengkap Berdasarkan Usia Responden	64
Tabel 4. 13 “Bahasa Yang Digunakan Customer Service Dalam Menyampaikan Informasi Mudah Saya Pahami”	64
Tabel 4. 14 Bahasa Mudah Dipahami Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	65
Tabel 4. 15 Bahasa Mudah Dipahami Berdasarkan Usia Responden	65
Tabel 4. 16 “Penggunaan Ilustrasi Membantu saya Memahami Informasi Dengan Lebih Baik”	66
Tabel 4. 17 Ilustraasi Membantu Pemahaman	66
Tabel 4. 18 Ilustraasi Membantu Pemahaman Berdasarkan Usia Responden	67
Tabel 4. 19 “Informasi Yang Disampaikan Customer Service	67
Tabel 4. 20 Informasi Relevan Dengan Kebutuhan Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	68
Tabel 4. 21 Informasi Relevan Dengan Kebutuhan Berdasarkan Usia Responden	68
Tabel 4. 22 “Customer Service Transparan Dalam Menyampaikan Informasi Yang Saya Butuhkan”	69
Tabel 4. 23 Customer Service Transparan Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	69
Tabel 4. 24 Customer Service Transparan Berdasarkan Usia Responden	70
Tabel 4. 25 “Saya Dengan Mudah Mendapatkan Informasi Dari Customer Service Jika Diperlukan”	70

Tabel 4. 26 Mudah Mendapatkan Informasi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	71
Tabel 4. 27 Mudah Mendapatkan Informasi Tambahan Berdasarkan Usia Responden ..	71
Tabel 4. 28 “Customer Service Selalu Bertanggung Jawab Atas Informasi Yang diberikan”	72
Tabel 4. 29 Customer Service Bertanggung Jawab Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	72
Tabel 4. 30 Customer Service Bertanggung Jawab Berdasarkan Usia Responden	73
Tabel 4. 31 “Customer Service Selalu Menjelaskan Dibalik Setiap Kebijakan Aatau Perubahan”	73
Tabel 4. 32 Alasan Kebijakan Atau Perubahan Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .	74
Tabel 4. 33 Alasan Kebijakan Atau Perubahan Berdasarkan Usia Responden	74
Tabel 4. 34 “Informasi Yang Diberikan Customer Service Selalu Akurat”	75
Tabel 4. 35 Informasi Selalu Akurat Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	75
Tabel 4. 36 Informasi Selalu Akurat Berdasarkan Usia Responden	76
Tabel 4. 37 “Informasi Yang Diberikan Customer Service	76
Tabel 4. 38 Informasi Jelas Dan Konsisten Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	77
Tabel 4. 39 Informasi Jelas Dan Konsisten Berdasarkan Usia Responden	77
Tabel 4. 40 “Informasi Yang Diberikan Customer Service Tidak Bertentangan Dengan Sumber Data”	78
Tabel 4. 41 Tidak Bertentangan Dengan Sumber Lain Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	78
Tabel 4. 42 Tidak Bertentangan Dengan Sumber Lain Berdasarkan Usia Responden	79
Tabel 4. 43 “Informasi Ynag Diberikan Customer Service Didukung Dengan Sumber Yang Jelas”	79
Tabel 4. 44 Informasi Didukung Sumber Terpercaya Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	80
Tabel 4. 45 Informasi Didukung Sumber Terpercaya Berdasarkan Usia Responden	80
Tabel 4. 46 “Customer Service Selalu Memperbarui Informasi Agar Tetap Relevan” ...	81
Tabel 4. 47 Informasi Selalu Diperbarui Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	81
Tabel 4. 48 Informasi Selalu Diperbarui Berdasarkan Usia Responden	82
Tabel 4. 49 “Customer Service Memberikan Bukti Untuk Mendukung Setiap Informasi Yang Disampaikan”	82
Tabel 4. 50 Referensi Informasi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	83
Tabel 4. 51 Referensi Informasi Berdasarkan Usia Responden	83
Tabel 4. 52 Produk Yang Diterima Sesuai Dengan Layanan	84
Tabel 4. 53 Produk Sesuai Dengan Layanan Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	84
Tabel 4. 54 Produk Sesuai Dengan Layanan Berdasarkan Usia Responden	85
Tabel 4. 55 “Kualitas layanan Sesuai Dengan Standar Yang Saya Harapkan”	85
Tabel 4. 56 Kualitas Layanan Sesuai Harapan Berdasarkan Jenis Kelamin Responden ...	86
Tabel 4. 57 Kualitas Layanan Sesuai Harapan Berdasarkan Usia Responden	86
Tabel 4. 58 “Customer Service Selalu Responsif Terhadap Pertanyaan Saya”	87
Tabel 4. 59 Responsif Terhadap Pertanyaan Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	87
Tabel 4. 60 Responsif Terhadap Pertanyaan Berdasarkan Usia Responden	88
Tabel 4. 61 “Customer Service Selalu Responsif	88
Tabel 4. 62 Mudah Mendapat Bantuan Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	89
Tabel 4. 63 Mudah Mendapat Bantuan Berdasarkan Usia Responden	89

Tabel 4. 64 “Harga Yang Dibayar Sebanding Dengan Kualitas Layanan Yang Saya Dapatkan”	90
Tabel 4. 65 Harga Sebanding Dengan Kualitas Layanan Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	90
Tabel 4. 66 Harga Sebanding Dengan Kualitas Layanan Berdasarkan Usia Responden...	91
Tabel 4. 67 “Saya Merasa Puas Dengan Layanan Terhadap Nilai Yang Diterima Sebanding Dengan Harga Bayar”	91
Tabel 4. 68 Layanan Sesuai Harga Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	92
Tabel 4. 69 Layanan Sesuai Harga Berdasarkan Usia Responden	92
Tabel 4. 70 “Informasi Harga Mudah Saya Temukan dan Pahami”	93
Tabel 4. 71 Informasi Harga Jelas Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	93
Tabel 4. 72 Informasi Harga Jelas Berdasarkan Usia Responden	94
Tabel 4. 73 “Tidak Ada Biaya Tambahan Yang.....	94
Tabel 4. 74 Tidak Ada Biaya Tambahan Tersembunyi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	95
Tabel 4. 75 Tidak Ada Biaya Tambahan Tersembunyi Berdasarkan Usia Responden.....	95
Tabel 4. 76 “ Layanan Yang Ditawarkan Customer Service Sesuai Dengan Keinginan Saya”	96
Tabel 4. 77 Layanan Sesuai Keinginan Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	96
Tabel 4. 78 Layanan Sesuai Keinginan Berdasarkan Usia Responden	97
Tabel 4. 79 “Customer Service Benar-Benar Memahami Apa Yang Saya Butuhkan Sebagai Konsumen”	97
Tabel 4. 80 Customer Service Memahami Kebutuhan Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	98
Tabel 4. 81 Customer Service Memahami Kebutuhan Berdasarkan Usia Responden.....	98
Tabel 4. 82 “Customer Service Selalu Memberikan	99
Tabel 4. 83 Memberikan Solusi Memuaskan Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	99
Tabel 4. 84 Memberikan Solusi Memuaskan Berdasarkan Usia Responden	100
Tabel 4. 85 “Pengalam Menggunakan Layanan Ini.....	100
Tabel 4. 86 Pengalaman Menyenangkan Jenis Kelamin Responden	101
Tabel 4. 87 Pengalaman Menyenangkan Usia Responden.....	101
Tabel 4. 88 “Proses Interaksi Dengan Customer Service Sangat Baik dan Aktif”	102
Tabel 4. 89 Interaksi Efektif Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	102
Tabel 4. 90 Interaksi Efektif Berdasarkan Usia Responden	103
Tabel 4. 91 “Saya Merasa Puas Dengan Kualitas Layanan Yang Diberikan”	103
Tabel 4. 92 Puas Dengan Layanan Jenis Kelamin Responden.....	104
Tabel 4. 93 Puas Dengan Layanan Usia Responden	104
Tabel 4. 94 “Saya Akan Merekomendasikan Toko Ke Orang Lain Atas Layanan Yang Diberikan”.....	105
Tabel 4. 95 Merekomendasikan Ke Orang Lain Jenis Kelamin Responden	105
Tabel 4. 96 Merekomendasikan Ke Orang Lain Usia Responden	106
Tabel 4. 97 Layanan Sesuai Harapan “Layanan Yang Diberikan Memenuhi Harapan Saya”	106
Tabel 4. 98 Layanan Sesuai Harapan Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	107
Tabel 4. 99 Layanan Sesuai Harapan Berdasarkan Usia Responden	107
Tabel 4. 100 “Secara Keseluruhan Saya Merasa Puas	108

Tabel 4. 101 Puas Dengan Pengalaman Keseluruhan Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	108
Tabel 4. 102 Puas Dengan Pengalaman Keseluruhan Berdasarkan Usia Responden	109
Tabel 4. 103 Gambaran Dimensi Kejelasan Berdasarkan Jenis Kelamin	110
Tabel 4. 104 Gambaran Dimensi Kejelasan Berdasarkan Usia	111
Tabel 4. 105 Gambaran Dimensi Akuntabilitas Berdasarkan Jenis Kelamin	112
Tabel 4. 106 Gambaran Dimensi Akuntabilitas Berdasarkan Usia	113
Tabel 4. 107 Gambaran Dimensi Kepercayaan Pandangan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	114
Tabel 4. 108 Gambaran Dimensi Kepercayaan Pandangan Responden Berdasarkan Usia	115
Tabel 4. 109 Gambaran Keterbukaan Informasi Pandangan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	116
Tabel 4. 110 Gambaran Keterbukaan Informasi Menurut Pandangan Responden Berdasarkan Usia	117
Tabel 4. 111 Kualitas Layanan Menurut Pandangan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	119
Tabel 4. 112 Kualitas Layanan Menurut Pandangan Responden Berdasarkan Usia	119
Tabel 4. 113 Gambaran Dimensi Harga Menurut Pandangan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	121
Tabel 4. 114 Gambaran Dimensi Harga Menurut Pandangan Responden Berdasarkan Usia	122
Tabel 4. 115 Gambaran Dimensi Pengalaman Menurut Pandangan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	123
Tabel 4. 116 Gambaran Dimensi Pengalaman Menurut Pandangan Responden Berdasarkan Usia	124
Tabel 4. 117 Gambaran Dimensi Kesesuaian Harapan Menurut Pandangan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	126
Tabel 4. 118 Gambaran Dimensi Kesesuaian Harapan Menurut Pandangan Responden Berdasarkan Usia	126
Tabel 4. 119 Gambaran Kepuasan Konsumen Pada Layanan Menurut Pandangan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	128
Tabel 4. 120 Gambaran Kepuasan Konsumen Pada Layanan Menurut Pandangan Responden Berdasarkan Usia	129
Tabel 4. 121 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	130
Tabel 4. 122 Hasil Uji ANOVA	130
Tabel 4. 123 Hasil Uji Hipotesis	131

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data 10 Merk Laptop yang Diketahui Responden pada Bulan Februari 2023	1
Gambar 1. 3 Bukti Komplain yang Diajukan Pembeli Terhadap Toko Macbook pada Bulan Juli 2024.....	9
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Ketersediaan Dosen Pembimbing	147
Lampiran 2	Lembar Konsultasi.....	148
Lampiran 3	Kuisisioner Sebelum Uji Validitas dan Reliabilitas	150
Lampiran 4	Kuisisioner Setelah Uji Validitas dan Reliabilitas	153
Lampiran 5	Profil Responden Uji Validitas dan Reliabilitas	157
Lampiran 6	Jawaban Responden Uji Instrumen Riset	158
Lampiran 7	Hasil Output Uji Validitas Variabel X	159
Lampiran 8	Hasil Output Uji Validitas Variabel Y	160
Lampiran 9	Hasil Output Uji Reliabilitas X	162
Lampiran 10	Hasil Output Uji Reliabilitas Y	162
Lampiran 11	Profil Responden Riset Sampel	163
Lampiran 12	Jawaban Responden Riset Sampel Variabel X.....	166
Lampiran 13	Jawaban Responden Riset Sampel Variabel y.....	166
Lampiran 14	Hasil Olah Data Inferensial	169
Lampiran 15	Hasil Korelasi Pearson (Product Moment).....	170
Lampiran 16	Hasil Turnitin.....	171
Lampiran 17	Persetujuan SKPI.....	172
Lampiran 18	Sertifikat Toefl.....	173
Lampiran 19	Daftar Riwayat Hidup.....	174

