

ABSTRAK

MB Phone Store merupakan salah satu toko Handphone yang beralamatkan di Komplek PCI blok C71 no 1, kec. Cibeber, Cilegon, Banten. MB Phone Store berdiri sejak 2021 yang bergerak dibidang industry elektronik yang menyediakan berbagai macam produk seperti *Iphone* dan *Android*, juga menyediakan produk lini seperti *Charger*, *Casing Handphone*, dan *Screen Protector*. Maka dari itu peneliti menemukan masalah dalam kegiatan Loyalitas Konsumen di Perusahaan tersebut dikarenakan After Sales Service yang belum optimal.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh After Sales Service terhadap Loyalitas Konsumen di Toko MB Phone Store.

Metode Penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik data yang digunakan adalah penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan berupa observasi non partisipan, wawancara terstruktur, dan penyebaran angket kepada 100 orang responden. Teknik analisis data yang digunakan uji validasi, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, uji hipotesis, dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang kecil antara After Sales Service dan Loyalitas Konsumen juga terdapat pengaruh lain dari variabel yang tidak diteliti.

Saran yang peneliti kemukakan yaitu Pemilik toko untuk selalu mengevaluasi kinerja pegawai dan menjaga kualitas produk dengan mengadakan *Quality Control* secara berkala dan mengedukasi calon pembeli lebih dalam lagi.

Kata kunci : After Sales Service, Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

MB Phone Store is one of the mobile phone stores located at PCI C71 no 1, sub-district Cibeber, Cilegon, Banten. MB Phone Store has been in operation since 2021, operating in the electronics industry, providing a variety of products such as iPhones and Android devices, as well as offering product lines including chargers, phone cases, and screen protectors. Consequently, the researcher identified issues in customer loyalty within the company due to suboptimal After Sales Service.

The objective of this research is to examine the influence of After Sales Service on customer loyalty at MB Phone Store. The research method employed is quantitative with a descriptive approach. Data techniques used include literature review and field research comprising non-participant observation, structured interviews, and the distribution of questionnaires to 100 respondents. Data analysis techniques involve validation tests, reliability tests, simple linear regression, hypothesis testing, and the coefficient of determination.

Based on the research results, it shows that there is a small influence between After Sales Service and Customer Loyalty, and there are also other influences from unexamined variables.

Recommendations that the researcher can offer include the store owner consistently evaluating employee performance and maintaining product quality through regular Quality Control checks, as well as providing deeper education to potential buyers.

Keyword : After Sales Service, Costumers Loyalty.

ABSTRAK

MB Phone Store mangrupikeun salah sahiji toko Handphone anu alamatna di komplek PCI Blok C71 No 1, Kec. Cibeber, Cilegon, Banten. MB Phone Store didirikeun ti tahun 2021 anu usahana dina industri elektronik. Nu nyayogikeun sagala rupa jenis sapertos : Iphone sareng Android, oge nyayogikeun barang sapertos : Charger, Casing handphone, sareng Screen protector. Kumagi kitupeneliti ngahasil keun masalah dina jero kagiatan Perusahaan nyaeta : Kepercayaan ti Konsumen didasarkeun tina hasil nalungtik obrolan sareng nunggal nu teu acan maksimal.

Maksud tina panalungtikan ieu supados terang tinu After Sales Service ka Loyalitas Konsumen ti Toko MB Phone Store.

Cara panalungtikan anu dianggo, nyaeta kucara nyaketan deskriptif Teknik panalungtikan nu dianggo nyaeta nalungtik kepustakaan sareng nalungtik di lapangan. Mangrupi naliti sanes meser obrolan anu nyusun sareng nyebarkeun brosur ka 100 jalmi. Tehnik Analisa data anu dipake nu digunakeun : Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi linier sederhana, Uji Hipotesis sareng Koefisien Determinasi.

Basa hasil penelitian, kieu narimana henteu leutik hiji kasampak antara After Sales Service sareng Kaulinan Konsumen, sareng ogé aya kasampak séjén tina variabel nu teu diteliti

Papatah ti peneliti kanu gaduh toka nyaeta kudu ayana evaluasi kanggopadameul jeung ngayakeun Quality Control terus terusan jeung ngajeulaskeun ka Masyarakat anu bade meser leuwing jero deui.

Saur Konci : After Sales Service, Loyalitas Konsumen.