

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BENGKEL *BODY REPAIR* ABDI JAYA MOTOR KARAWANG

Rizky Eka Juliana¹, Netti Nurlenawati², Flora Patricia Anggela³

mn16.rizkyjuliana@mhs.ubpkarawang.ac.id, netti.nurlenawati@ubpkarawang, floraanggela@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Harga merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian produk/jasa, di samping itu Harga juga salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, oleh karena itu penentuan harga sangatlah penting untuk di pertimbangkan dua poin di atas, kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang sangat berpengaruh di perusahaan jasa, karena perusahaan jasa itu menjual produk berupa pelayanan.

Populasi penelitian adalah customer dari bengkel Abdi Jaya Motor sebanyak 752 orang dalam kurun waktu bulan Juli 2019 s/d Januari 2020 dengan jumlah sample 261 orang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan di olah menggunakan aplikasi SPSS 23, teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara, observasi, dan penyebaran quisioner menggunakan selebar kertas kepada semua sample customer bengkel Abdi Jaya Motor.

Hasil penelitian menunjukkan koefisien jalur harga dan kualitas pelayanan sebesar 0,286 yang memiliki hubungan rendah dan positif, koefisien korelasi harga terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan adanya pengaruh sebesar 39,7%, koefisien korelasi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 22,9% , dan Hasil analisis harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 26,2%.

Kata kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Pendahuluan

Industri otomotif Indonesia merupakan industri terbesar kedua di Asia Tenggara dan di wilayah ASEAN. Pada tahun 2017 kapasitas total produksi mobil di Indonesia sebesar 2,2 juta unit (Gaikindo, 2017). Hal ini dikarenakan Indonesia memiliki populasi besar yaitu 258 juta jiwa serta memiliki kelas menengah yang berkembang pesat. Kedua faktor ini merupakan kekuatan untuk menciptakan peluang pasar bagi dunia otomotif di Indonesia.

Tabel 1.1 Penjualan Mobil di Indonesia Tahun 2019

No	Bulan	Penjualan (Unit)	Kumulatif
1	Januari	95.885	95.885
2	Februari	94.349	190.234
3	Maret	101.797	292.031
4	April	102.258	394.289
5	Mei	100.520	494.808
6	Juni	58.842	553.651

Tabel 1.1 Lanjutan Penjualan Mobil di Indonesia Tahun 2019

No	Bulan	Penjualan (Unit)	Kumulatif
7	Juli	107.474	661.125
8	Angustus	102.197	763.322
9	September	93.311	856.633
10	Oktober	106.079	962.712
11	November	100.733	1.063.445
12	Desember	87.846	1.151.291

Sumber: Gaikindo, 2020

Berdasarkan pada tabel di atas, pertumbuhan mobil di Indonesia selama tahun 2019 terus meningkat pada setiap bulannya. Total penjualan pada tahun tersebut sebesar 1.151.291 unit. Kondisi ini menunjukkan bahwa sarana transportasi merupakan bagian kebutuhan manusia. Alat transportasi yang digunakan dapat membantu dan memudahkan aktivitas manusia yang menggunakannya. Sarana transportasi yang memudahkan manusia untuk pergi kemana saja dengan bantuan mesin ini merupakan suatu hal yang perlu dirawat dan dijaga kebugaran mesin mobil tersebut. Perawatan berkala dilaksanakan untuk menjaga ketahanan dan ketangguhan kendaraan. Perawatan berkala juga berdampak menurunkan beban biaya perawatan dan perbaikan kendaraan.

Bertambahnya usia mobil, intensitas terkena pancaran sinar matahari sekaligus guyuran hujan, hingga lecet akibat benturan dengan kendaraan lain, mengakibatkan cat eksterior mobil tidak lagi seindah mobil baru. Mengembalikan tampilan mobil bekas layaknya mobil baru yakni dengan mengecat ulang bagian-bagian yang perlu dibenahi oleh bengkel yang memiliki kualitas layanan yang baik. Masalah kepuasan pelanggan baik dalam pelayanan sampai perbaikan mobil di bengkel itu sangat penting. Karena dengan hasil yang baik, kondisi tersebut akan membuat pelanggan nyaman dan selalu kembali datang menggunakan jasa yang sama. Setidaknya ada tiga hal yang bisa dijadikan patokan guna menentukan bengkel resmi punya kualitas yang baik dalam hal pelayanan maupun pengerjaan. Ketiga hal yang dimaksud adalah pas, tuntas, dan pantas.

Abdi Jaya Motor merupakan bengkel body repair yang beralamat di Jalan Syech Quro, Kelurahan Krajan Desa Plawad Kecamatan Karawang Timur Kabupaten Karawang. Jasa perbaikan yang disediakan oleh bengkel ini meliputi las, cat dan custom. Dengan bertambahnya usia Bengkel Abdi Jaya Motor terus berusaha memberikan yang terbaik bagi pelanggan dengan menjaga dan memperbaharui bahan cat yang digunakan serta menambah kualitas sumber daya manusia yang lebih handal agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan dari Abdi Jaya Motor serta harga yang ditawarkan oleh Abdi Jaya Motor. Dipilihnya lokasi bengkel Abdi Jaya Motor

sebagai objek penelitian karena bengkel ini merupakan bengkel dengan memberikan pelayanan baik akan tetapi mengalami penurunan jumlah pelanggannya.

Tabel 1.2 Jumlah Pelanggan Bengkel Abdi Jaya Motor Periode Juli 2019 – Januari 2020

No	Bulan	Jenis Perbaikan						Total Jumlah	(%)
		Las		Cat		Custom			
		Jumla	Persentase	Jumla	Persentase	Jumla	Persentase		
1	Juli	22	18.33	96	80.00	2	1.67	120	100
2	Agustus	25	21.01	93	78.15	1	0.84	119	100
3	September	15	15.63	78	81.25	3	3.13	96	100
4	Oktober	5	6.76	67	90.54	2	2.70	74	100
5	November	10	9.62	89	85.58	5	4.81	104	100
6	Desember	23	15.44	120	80.54	6	4.03	149	100
7	Januari	0	0.00	89	98.89	1	1.11	90	100
Total Jumlah								752	

Sumber: Data Service Bengkel Abdi Jaya Motor, 2020

Berdasarkan pada tabel di atas, memperlihatkan bahwa jumlah pelanggan bengkel Abdi Jaya Motor pada periode bulan Juli tahun 2019 sampai dengan bulan Januari tahun 2020 berjumlah 752 orang pelanggan. Akan tetapi kondisi yang terlihat berdasarkan tabel tersebut, jumlah pemakai jasa bengkel Abdi Jaya Motor setiap bulannya naik turun atau tidak stabil.

Berikut ini survey pendahuluan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Abdi Jaya Motor dengan menggunakan indikator-indikator kepuasan pelanggan yang disebarkan kepada 30 orang pelanggan. Didapat bahwa hasilnya yaitu terjadi penurunan pelanggan yang melakukan perbaikan di bengkel Abdi Jaya Motor Karawang. Jika kondisi tersebut tidak diperbaiki maka secara perlahan pelanggan akan meninggalkan dan berganti kepada bengkel lain yang mampu memberikan pelayanan dengan baik sehingga pelanggan merasa puas terhadap bengkel tersebut. Berdasarkan hasil tersebut, faktor-faktor kepuasan pelanggan pada bengkel Abdi Jaya Motor perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

Berdasarkan hasil pengamatan dan penelitian awal terhadap kepuasan pelanggan diperoleh hasil dari yang menunjukkan bahwa pelanggan belum merasa puas terhadap harga maupun kualitas pelayanan Abdi Jaya Motor. Ini dibuktikan dengan hasil yang menyatakan bahwa pelanggan kembali kepada Abdi Jaya Motor dalam melakukan perbaikan berada pada kondisi kurang baik. Selain itu pelanggan juga kurang memberikan referensi kepada yang lainnya untuk melakukan perbaikan kendaraan di Abdi Jaya Motor karena dilihat dari harga yang ditawarkan masih tinggi dan kualitas pelayanan yang diberikan masih belum memuaskan pelanggan.

Berikut adalah hasil penelitian pendahuluan terhadap 30 responden pelanggan Abadi Jaya Motor terhadap harga. Hasilnya menunjukkan bahwa pelanggan saat ini merasa keberatan dengan harga yang ditawarkan oleh bengkel Abdi Jaya Motor. Daya saing harga bengkel Abdi Jaya Motor dirasakan oleh konsumen. Kesesuaian harga dengan manfaat produk kurang begitu dirasakan oleh konsumen, pelanggan memberikan pendapat bahwa pada bengkel Abdi Jaya Motor dalam memberikan harga kepada pelanggan kurang begitu memberikan kebijakan atau potongan harga. Disamping harga, kualitas pelayanan merupakan hal yang penting harus dilakukan oleh setiap perusahaan jika ingin menumbuhkan rasa loyal konsumen kepada perusahaan.

Berikut ini hasil penelitian pendahuluan terhadap kualitas pelayanan pada bengkel Abadi Jaya Motor Karawang terhadap 30 responden. Hasilnya menunjukkan bahwa dalam akses konsumen untuk mendapatkan pelayanan dalam melakukan service mengalami kesulitan. Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan dirasakan kurang oleh konsumen, hal ini dapat dilihat pada pendapat responden yang menyatakan bahwa bengkel Abdi Jaya Motor Karawang dalam menyelesaikan service yang diharapkan oleh konsumen tidak memberikan jaminan tepat waktu sesuai dengan apa yang disepakati.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan harga pada bengkel Abdi Jaya Motor Karawang.
2. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan kualitas pelayanan pada bengkel Abdi Jaya Motor Karawang.
3. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan kepuasan pelanggan pada bengkel Abdi Jaya Motor Karawang.
4. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan hubungan harga dengan kepuasan pelanggan pada bengkel Abdi Jaya Motor.
5. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh parsial harga terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Abdi Jaya Motor Karawang.
6. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Abdi Jaya Motor Karawang.
7. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Abdi Jaya Motor Karawang secara simultan.

Tinjauan Pustaka

Harga

Menurut (Diana, 2016:218) menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Menurut (Alma, 2013:169), mengemukakan bahwa harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Menurut (Kothler & Armstrong, 2016:78), menjelaskan ada empat ukuran yang mencirikan harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga. Empat ukuran harga yaitu (1) Keterjangkauan harga, (2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, (3) Kesesuaian harga dengan manfaat, (4) Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.

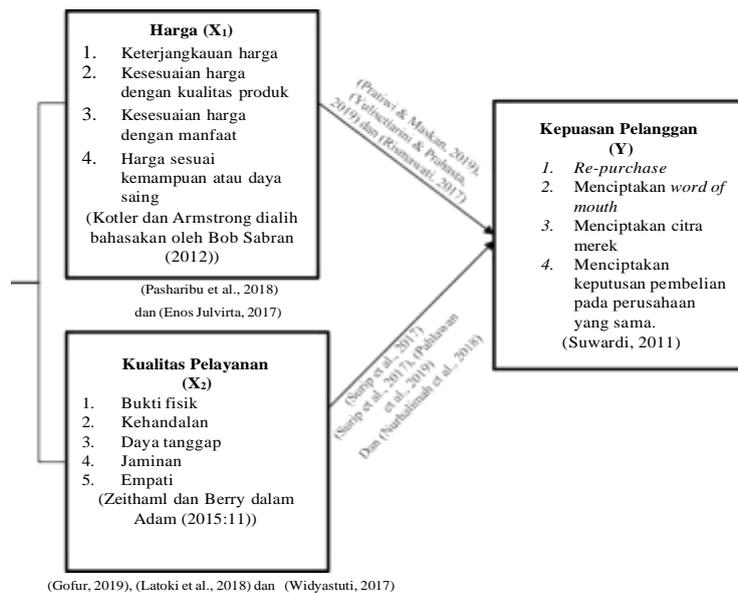
Kualitas Pelayanan

Menurut (Diana, 2016:59) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Sedangkan menurut Kotler dalam (Lupiyoadi, 2014:7) “kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak. Menurut Zeithaml dan Berry dalam (Adam, 2015:11), ada lima jenis dimensi dalam kualitas pelayanan yaitu (1) Bukti Fisik (*Tangibles*), (2) Keandalan (*Reliability*), (3) Daya Tanggap (*Responsiveness*), (4) Jaminan (*Assurance*), (5) Empati (*Emphaty*).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut (Kothler, Philip & Armstrong, 2014:150) ialah “Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Dari definisi tersebut dapat dikatakan apabila kinerja produk tidak sesuai dengan harapan tamu hotel dan bila harapan yang ditetapkan terlalu rendah, maka tamu hotel tersebut akan merasa tidak puas dan berujung kecewa, jika kinerja sesuai dengan harapan maka tamu hotel akan merasa puas, namun apabila kinerja produk melampaui harapan, maka tamu hotel akan merasa gembira dan sangat puas”. Menurut (Tjiptono, 2014:368-369), menyatakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan konsumen. Indikator kepuasan konsumen dapat dilihat dari (1) *Re-purchase*, (2) Menciptakan *word-of-mouth*, (3) Menciptakan citra merek, (4) Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan tingkat harga, kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan pada bengkel Abdi Jaya Motor Karawang. Metode verifikatif digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Abadi Jaya Motor Karawang, serta melakukan pengujian hipotesis apakah hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak.

Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini populasinya adalah pelanggan bengkel Abdi Jaya Motor Karawang pada bulan Juli 2019 - Januari 2020 berjumlah 752 orang pelanggan. Sampel pada penelitian ini adalah sebagian dari para pelanggan bengkel Abdi Jaya Motor Karawang yang mewakili populasi tersebut. Dalam penelitian ini rumus Slovin digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang dibutuhkan. Sampel yang digunakan dari jumlah populasi yang ada berjumlah 261 orang.

Path Analysis

Menurut (Sandjojo, 2011:11) mengatakan bahwa analisis jalur (path analysis) merupakan suatu metode penelitian yang utamanya digunakan untuk menguji kekuatan dari hubungan langsung dan tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen). Model path analysis yang dibicarakan adalah pola hubungan sebab akibat. Adapun langkah-langkah menguji analisis jalur yaitu (1) Merumuskan hipotesis, (2) Merumuskan

persamaan structural $Y = \rho_{yx_1} + \rho_{yx_2} + \hat{a}$, (3) Menghitung koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien regresi, (4) Menggambar diagram jalur lengkap, menentukan sub-sub strukturnya dan merumuskan persamaan strukturalnya yang sesuai dengan hipotesis yang diajukan, (5) Menghitung koefisien regresi untuk struktur yang telah dirumuskan dengan menggunakan persamaan regresi ganda, (6) Menghitung koefisien jalur secara simultan (keseluruhan), melalui pengujian secara keseluruhan hipotesis statistik.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 261 responden yang merupakan sampel pelanggan bengkel Abdi Jaya Motor Karawang pada periode Juli 2019 – Januari 2020, yang terdiri dari 167 responden berjenis kelamin laki-laki dan 94 responden berjenis kelamin perempuan. Hasil penelitian menunjukkan besaran pengaruh antara variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut:

Analisis Korelasi

Tabel 1.3 Besaran Korelasi Variabel Harga dengan Kualita Pelayanan

		Harga	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Harga	Pearson Correlation	1	.286**	.463**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	261	261	261
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.286**	1	.343**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	261	261	261
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.463**	.343**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	261	261	261

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

Sumber: Hasil pengolahan data, 2020

Berdasarkan hasil analisis diperoleh besaran koefisien korelasi diantara variabel bebas yaitu harga dengan kualitas pelayanan sebesar 0,286. Dengan demikian korelasi harga dengan kualitas pelayanan memiliki tingkat hubungan rendah dan nilainya positif dikarenakan berada di interval koefisien nilai 0,20 sampai 0,399 yang berarti rendah (sugiyono, 2013:184).

Path Analysis

Tabel 1.4 Nilai Koefisien Jalur

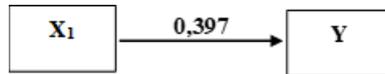
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.906	3.883		3.581	.000
	Harga	.472	.066	.397	7.111	.000
	Kualitas Pelayanan	.237	.058	.229	4.105	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan data, 2020

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan nilai koefisien jalur antara variabel harga dan kaulitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai-nilai koefisien jalur tersebut masing-masing dijelaskan sebagai berikut:

Pengaruh Harga (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)



Gambar 1.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa besaran nilai koefesien jalur variabel harga terhadap variabel kepuasan pelanggan adalah 0,397. Artinya besarnya koefesien jalur tersebut menunjukkan besarnya pengaruh langsung dari varibel harga terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Harga (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

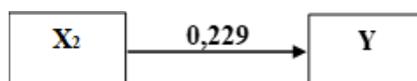
Tabel 1.5 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel	Interpretasi Analisis Jalur	Perhitungan	Besarnya Pengaruh
X ₁	Pengaruh langsung ke Y	(0,397) ²	0,1576
	Pengaruh tidak langsung ke Y	0,397 x 0,286 x 0,229	0,0260
Jumlah			0,1836

Sumber: Hasil pengolahan data, 2020

Berdasarkan Tabel 4.61 terlihat bahwa pengaruh variabel harga terhadap kepuasan pelanggan adalah 0,1836 atau 18,36%.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)



Gambar 1.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa besaran nilai koefesien jalur variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan adalah 0,229. Artinya besarnya koefesien jalur tersebut menunjukkan besarnya pengaruh langsung dari varibel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 1.6 Pengaru Kualitas Pelayanan Terhada[Kepuasan Pelanggan

Variabel	Interpretasi Analisis Jalur	Perhitungan	Besarnya Pengaruh
X ₂	Pengaruh langsung ke Y	0,229 ²	0,0524
	Pengaruh tidak langsung ke Y	0,397 x 0,229 x 0.286	0,0260
Jumlah			0,0784

Sumber: Hasil pengolahan data, 2020

Berdasarkan tabel 4.62 terlihat bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah 0,0784 atau 7,84%.

Koefisien Determinasi

Tabel 1.7 Nilai Besaran Keofisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.512 ^a	.262	.256	6.91145	.262	45.823	2	258	.000

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

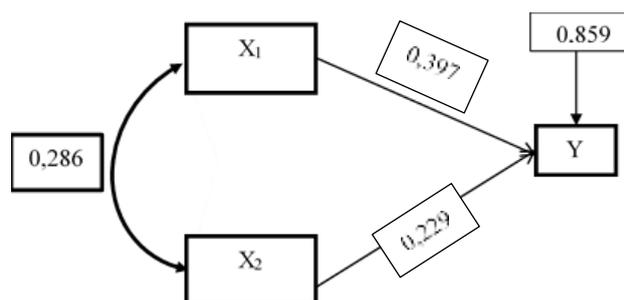
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan data, 2020

Berdasarkan tabel diatas, maka data diolah sebagai berikut:

$$P\varepsilon = \sqrt{(1-r^2)} = \sqrt{(1-0,262)} = 0,859.$$

Dari hasil perhitungan analisi jalur secara keseluruhan dapat diperjelas dengan gambar sebagai berikut :



Gambar 1.4 Analisis Jalur Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diperoleh kontribusi dari variabel lain sebesar 0,859 atau 85,9%. Artinya bahwa pengaruh variabel lain yang tidak dipakai dalam penelitian ini sebesar 85,9%. Sehingga bentuk persamaan menjadi $Y = 0,397 X_1 + 0,229 X_2 + 0,0859\varepsilon$.

Pengaruh simultan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 1.8 Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung		Sub Total Pengaruh
			X ₁	X ₂	
X ₁	0,397	0,1576	---	0,0260	0,1836
X ₂	0,229	0,0524	0,0260	---	0,0784
Total Pengaruh					0,262

Sumber: Hasil pengolahan data, 2020

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa total pengaruh variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,2602 atau 26,2%. Artinya bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel harga dan kualitas pelayanan sebesar 26,2%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 73,8% ($= 1 - 0,262$) yang tidak diteliti (ϵ).

Pengujian Hipotesis

Uji t (Parsial)

Tabel 1.9 Hasil Uji t (Parsial)

Structural	Sig.	A	t hitung	t tabel	Kesimpulan
pyx ₁	0,000	0,05	7,111	1,653	H ₀ ditolak
pyx ₂	0,000	0,05	4,105	1,653	H ₀ ditolak

Sumber: Hasil pengolahan data, 2020

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pyx₁ nilai sig. (0,000) < α (0,05) dan t hitung (7,111) > t tabel (1,653) maka Ho tolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. pyx₂ nilai sig. (0,000) > α (0,05) dan t hitung (4,105) > t tabel (1,653) maka Ho diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Uji F (Simultan)

Tabel 1.10 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4377.791	2	2188.895	45.823	.000 ^a
	Residual	12324.194	258	47.768		
	Total	16701.985	260			

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan data, 2020

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai sig. (0,000) < α (0,05) dan fhitung (45,823) > ftabel (2,64) maka Ho ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga

dan kualitas pelayanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Abdi Jaya Motor Karawang.

Pembahasan Variabel Harga

Variabel harga pada bengkel Abdi Jaya Motor Karawang memiliki 15 indikator dimana 261 responden seluruhnya menyatakan jawaban terhadap kuesioner yang diberikan. Nilai skor rata-rata variabel harga diperoleh sebesar 961,6 dari total skor sebesar 3.846,6 dengan kategori jawaban sesuai. Ini dibuktikan dengan rentang skala yang berada pada rentang nilai 886.4 sampai dengan 1.095,2 dengan jawaban sesuai. Kondisi ini menunjukkan bahwa harga di bengkel Abdi Jaya Motor Karawang yang ditawarkan kepada pelanggan sudah sesuai dengan kualitas, manfaat dan terjangkau. Artinya bahwa penetapan harga yang dilakukan oleh bengkel Abdi Jaya Motor sudah baik sehingga para pelanggan merasakan kesesuaian harga tersebut baik dengan manfaat maupun dengan kualitas hasil. Penentuan harga dengan baik akan mampu menciptakan keuntungan bagi perusahaan itu sendiri. Karena penetapan harga merupakan hal yang harus dipertimbangkan oleh suatu perusahaan (Pandia et al., 2017) dengan tujuan untuk mencari laba agar perusahaan dapat berjalan meskipun dalam kondisi persaingan yang semakin ketat tujuan mencari laba maksimal dalam praktisnya akan sulit dicapai jika harga yang ditawarkan kepada pelanggan tidak bisa bersaing dengan bengkel lain.

Pembahasan Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel kualitas pelayanan pada bengkel Abdi Jaya Motor memiliki lima dimensi dengan 15 indikator dimana 261 responden seluruhnya menyatakan jawaban terhadap kuesioner yang diberikan. Nilai skor rata-rata variabel kualitas pelayanan diperoleh sebesar 869,7 dari total skor sebesar 4.348,5 dengan kategori jawaban cukup baik. Ini dibuktikan dengan rentang skala yang berada pada rentang nilai 677.6 sampai dengan 886.4 dengan jawaban cukup baik. Kondisi menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh bengkel Abdi Jaya Motor kurang baik menurut persepsi pelanggan. Artinya bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan belum mampu menciptakan sikap loyal pelanggan terhadap bengkel Abdi Jaya Motor Karawang. Kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan.

Pembahasan Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel kepuasan pelanggan memiliki 15 indikator, dimana 261 responden seluruhnya menyatakan jawaban terhadap kuesioner yang diberikan. Nilai skor rata-rata variabel kepuasan pelanggan diperoleh sebesar 874,8 dari total skor sebesar 3.499,1 dengan kategori jawaban

cukup puas. Ini dibuktikan dengan rentang skala yang berada pada rentang nilai 677.6 sampai dengan 886.4 dengan jawaban cukup puas. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelanggan belum merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh bengkel Abdi Jaya Motor. Artinya bahwa bengkel Abdi Jaya Motor belum berhasil menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Keberhasilan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh cara perusahaan tersebut memuaskan pelanggan, baik internal maupun eksternal yang dituju.

Pembahasan Korelasi Harga dengan Kualitas Pelayanan

Korelasi harga (X1) dengan kualitas pelayanan (X2) mempunyai nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,286 dan jika diinterpretasikan dengan keeratan hubungan kedua variabel ini mempunyai tingkat hubungan yang rendah dan searah karena nilainya positif (sugiyono,2013:184). Meski memiliki hubungan rendah antara kedua variabel ini, akan tetapi kedua variabel ini memiliki hubungan positif. Ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis dimana $t_{hitung} (4,803) > t_{tabel} (1,653)$, maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak, artinya ada hubungan yang signifikan antara harga dengan kualitas pelayanan. Harga yang ditawarkan akan sebanding dengan kualitas pelayanan yang diberikan, begitu juga sebaliknya. Hasil ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan (Rismawati, 2017), (Enos Julvirta, 2017) dan (Pasharibu et al., 2018) dimana hasilnya menyatakan bahwa terjadi hubungan positif yang kuat antara kualitas pelayanan dengan harga dimana semakin baik kualitas pelayanan maka akan diikuti semakin harga begitupun sebaliknya.

Pembahasan Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 18,36%. Dari hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai sig. $(0,000) < \alpha (0,05)$ dan $t_{hitung} (7,11) > t_{tabel} (1,653)$ maka H_0 tolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena harga seringkali dijadikan konsumen sebagai indikator nilai antara manfaat yang dirasakan dengan harga suatu barang atau jasa. Apabila harga yang ditetapkan perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk, maka tingkat kepuasan pelanggan dapat menurun, dan sebaliknya. Apabila nilai yang dirasakan konsumen semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan. Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan (Pratiwi & Maskan, 2019) dan (Yulisetiarni & Prahasta, 2019) serta didukung oleh penelitian yang dilakukan (Rismawati, 2017). Dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pembahasan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 7,84%. Dari hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai sig. (0,000) > α (0,05) dan thitung (4,105) > ttabel (1,653) maka H_0 ditolak. Artinya bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kondisi ini menunjukkan bahwa antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen saling berpengaruh, dimana semakin baik kualitas pelayanan maka akan diikuti semakin baiknya kepuasan konsumen begitupun sebaliknya. Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan (Surip et al., 2017), (Pahlawan et al., 2019) dan (Nurhalimah et al., 2018), dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Pembahasan Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil perhitungan dalam penelitian ini, diperoleh nilai pengaruh simultan sebesar 0,262 atau 26,2%. Artinya bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel harga dan kualitas pelayanan sebesar 26,2%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 73,8% ($= 1 - 0,262$) yang tidak diteliti (ϵ). Hasil ini diperkuat oleh penelitian (Gofur, 2019), (Latoki et al., 2018) dan (Widyastuti, 2017), dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, dihasilkan beberapa temuan dalam penelitian pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Body Repair Abdi Jaya Motor Karawang. Berikut hasil temuannya yaitu:

1. Berdasarkan hasil analisis data deskriptif, menunjukkan bahwa harga pada bengkel Abdi Jaya Motor Karawang berada pada kategori sesuai.
2. Berdasarkan hasil analisis data deskriptif, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada bengkel Abdi Jaya Motor Karawang berada pada kategori cukup baik.
3. Berdasarkan hasil analisis data deskriptif, menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pada bengkel Abdi Jaya Motor Karawang berada pada kategori cukup puas.
4. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dengan kualitas pelayanan pada bengkel Abdi Jaya Motor Karawang.

5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Abdi Jaya Motor.
6. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Abdi Jaya Motor
7. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Abdi Jaya Motor.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan simpulan penelitian ini, maka disarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Sebaiknya bengkel Abdi Jaya Motor melakukan perhitungan kembali terhadap harga yang ditawarkan kepada pelanggan agar mampu memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan harga bengkel lain atau dengan harga tetap saat ini diimbangi dengan mengadakan program untuk menarik pelanggan misalnya dengan memberikan hadiah kepada pelanggan yang tiga kali melakukan perbaikan, atau memberikan diskon kepada pelanggan yang melakukan perbaikan dengan besaran jumlah tertentu.
2. Kualitas pelayanan kepada pelanggan harus ditingkatkan dan dilakukan evaluasi terutama pada jaminan atau garansi yang diberikan kepada pelanggan. Misalnya dengan mengadakan program service gratis ketika pelanggan yang telah selesai melakukan perbaikan atau memberikan potongan biaya jika hasil perbaikan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan.
3. Dalam upaya menciptakan perbaikan kembali (re-purchase) pelanggan ke bengkel Abdi Jaya Motor harus meningkatkan pelayanan dan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas hasil. Misalnya dengan melakukan follow up pasca pembelian, menawarkan program menarik, selalu perhatikan pertanyaan yang pelanggan ajukan dan tanggapi segera keluhan dari pelanggan.
4. Penelitian lebih lanjut tentang variabel lainnya yang mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan pada bengkel Abdi Jaya Motor Karawang yang tidak diteliti dalam penelitian ini sehingga diharapkan akan mengetahui lebih dalam tentang kekuatan dan kekurangan bengkel Abdi Jaya Motor dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Daftar Pustaka

- Alma, B. (2013). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta.
- Diana, F. T. & A. (2016). Pemasaran Esesi dan Aplikasi. Andi.

- Enos Julvirta. (2017). Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Topas Galeria Hotel Bandung. *Jurnal Elektronik Ilmu Komputer*, 7, 1–14.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. 4(1), 37–44.
- Kothler, Philip & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip Manajemen* (Edisi 14.). Erlangga.
- Kothler, Philip & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 13.). Erlangga.
- Latoki, L., Chalil, H., & Ponirin. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Asuransi Kendaraan Bermotor PT. Asuransi Jasindo (PERSERO) Cabang Palu. 6(4), 103–114.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa* (edisi 3). Salemba Empat.
- Nurhalimah, S., Leonardo Budi Hasiholan, SE, M., & Dra Cicik Harini, M. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Garasi Di Ungaran). *Journal of Management*, 4(4), 1–15.
- Pahlawan, M. R., Laba, A. R., Pakki, E., & Hardiyono, Nurlia. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah air minum (PDAM) Kota Makasar. 3(2), 228–244.
- Pandia, R. M., Kadunci, & Hutagalung, D. D. C. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Produk Air Mineral Aqua. *Epigram*, 14(1), 67–76.
- Pasharibu, Y., Paramita, E. L., & Febrianto, S. (2018). *Price, service quality and trust on online transportation towards customer satisfaction*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21(2), 241–266.
- Pratiwi, U., & Maskan, M. (2019). Pengaruh Harga Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(2018), 21–24.
- Rismawati. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Bamboo Family Massage and Reflexiology Bandung. 1(2), 48–62.
- Sandjojo, N. (2011). *Metode Analisis Jalur dan Aplikasinya*. Pustaka Sinar Harapan.
- Surip, N., Pawirosumarto, S., & Liestijati, F. (2017). *The Effect of Products, Price and Service Quality on Customer Satisfaction in “Rice for the Pooors” Program*. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 72(12), 6–18. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2017-12.01>.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi.
- Widyastuti, T. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Tempe. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 233–240.
- Yulisetiari, D., & Prahasta, Y. A. (2019). *The effect of price, service quality, customer value, and brand image on customers satisfaction of telkomsel cellular operators in east Java Indonesia*. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(3), 5–9.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D. D. G. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (6th ed). *Mc.Graw-Hill*.