

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel Hijrah Motor Lubuk Basung

Naplina Sonia¹ Meyzi Heriyanto²

Program Studi Administarsi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau,
Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia^{1,2}
Email: naplinasonia552@gmail.com¹

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel independen (X) sedangkan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen (Y). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Bengkel Hijrah Motor Lubuk Basung. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik accidental sampling. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data primer dan data yang selanjutnya diuji secara statistik melalui program SPSS. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana dan berganda, dengan melalui uji validitas serta uji reliabilitas. Dalam penelitian ini hasil yang diperoleh adalah bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) serta Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Bengkel Hijrah Motor Lubuk Basung.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan pertumbuhan dunia, dan juga pertumbuhan ilmu pengetahuan serta teknologi yang canggih, fasilitas transportasi serta komunikasi pun terus menjadi mudah sehingga membuat aktifitas manusia terus menjadi cepat serta instan. Di masa modern sekarang ini perlengkapan transportasi serta komunikasi tidak dapat dipisahkan dengan seluruh kegiatan manusia sehari-hari. Strategi bisnis lainnya juga penting untuk dilakukan dalam usaha untuk mencapai target pasar. Strategi bisnis yang bisa dilakukan adalah meningkatkan kepuasan konsumen. Kepuasan merupakan suatu dorongan serta keinginan dari individu yang diarahkan untuk memperoleh rasa puas (Ibrahim dan Thawil, 2019). Menurut Kotler (2005), kepuasan konsumen adalah suatu keadaan yang dirasakan oleh konsumen ketika apa yang dirasakannya sudah sesuai dengan harapan yang diinginkan. Jika jasa atau produk yang ditawarkan lebih rendah dari yang diharapkan maka konsumen akan merasa kecewa.

Kepuasan konsumen tentunya didukung dengan faktor lain, seperti kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan sebuah tingkat keutamaan dan harapan konsumen dalam memenuhi keinginann konsumen (Tjiptono, 2017). Pelayanan berkuaitas akan berdampak panjang bagi perusahaan dan mencapai tujuan perusahaan. Tanpa terdapatnya kualitas pelayanan yang baik pada sesuatu bisnis, konsumen tidak bakal merasa puas serta akibat negatif bisa saja timbul. Menurut Cronin dan Taylor (dalam Sondakh, 2014), semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan dan dirasakan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Hal ini didukung juga dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Setiawan & Bahrn (2023), yang memiliki hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga disebut

sebagai faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen karena harga dianggap sebagai penentu dari kualitas produk atau jasa yang ditawarkan sehingga akan memberikan rasa kepuasan (Oliver dalam Malik et al., 2012). Hal ini didukung juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurofik (2023), harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di cuci motor AG terhadap kepuasan konsumen di cuci motor AG.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. . Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen Bengkel Hijrah Motor pada tahun 2022 sebanyak 7.001 konsumen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Nonprobability sampling*, salah satu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Instrumen penelitian penelitian ini yaitu pada variabel penelitian dan akan menggunakan kuesioner yang nantinya disebarakan kepada responden yaitu konsumen Bengkel Hijrah Motor. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Teknik pengukuran pada penelitian ini akan menggunakan pengukuran *skala likert*. Analisis kuantitatif adalah analisis yang dilakukan untuk menguji hubungan antar variabel penelitian. Variabel tersebut akan dihitung dan diuji secara statistik dengan menggunakan aplikasi program SPSS.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan konsumen Pada Bengkel Hijrah Motor Lubuk Basung”, secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan hasil yang sesuai dengan harapan. Hasil analisis statistik dekriptif pada variabel independen dan dependen menunjukkan hasil penelitian dalam kategori baik, namun terdapat beberapa dimensi variabel yang masih cukup baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa ada masalah pada variabel dependen yaitu kepuasan konsumen Pada Bengkel Hijrah Motor.

Tabel 1. Rekapitulasi tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan

No	Dimensi	Skor
1	Bukti Fisik	769
2	Keandalan	741
3	Daya Tanggap	707
4	Jaminan	715
5	Empati	692
	Total Skor	3.624
	Kategori	Baik

Skor masing-masing dimensi kualitas pelayanan, dimensi bukti fisik lebih tinggi dibanding dimensi lainnya dengan skor 769. Sedangkan dimensi empati lebih rendah dibanding dimensi lainnya dengan skor 692. Hal ini dapat mengindikasikan karyawan perlu meningkatkan bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati untuk konsumen.

Tabel 2. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Harga

No	Dimensi	Skor
1	Keterjangkauan Harga	826
2	Kesesuaian Harga dengan Kualitas	612
3	Daya Saing Harga	830
4	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	743
	Total Skor	3.021
	Kategori	Baik

Hal ini dapat mengindikasikan konsumen sudah merasakan harga yang ada pada Bengkel Hjarah Motor sudah menyesuaikan dengan harga sekekeling nya, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

Tabel 3. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan konsumen

No	Dimensi	Skor
1	Kesesuaian Harapan	757
2	Pembelian Ulang	554
3	Kesediaan Merekomendasi	711
	Total Skor	2.022
	Kategori	Cukup Baik

Hal ini dapat mengindikasikan konsumen merasakan kesesuaian harapan, kesediaan merekomendasi tetapi tidak akan melakukan pembelian dengan maksud agar mereka tidak mendapatkan kerusakan atau permasalahan kendaraan terlalu sering.

Pembahasan

Hasil penelitian yang dilakukan pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai hitung thitung sebesar $9,062 > t_{tabel} 1,661$ dan $sig 0,000 < 0,05$. Hal ini berarti membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Maka dengan hasil ini, hipotesis pertama dalam penelitian ini yang berbunyi “diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pada Bengkel Hijrah Motor” dapat diterima. Kualitas pelayanan sebuah tingkat keutamaan dan harapan konsumen dalam memenuhi keinginan konsumen (Tjiptono, 2017). Pelayanan berkeualitas akan berdampak panjang bagi perusahaan dan mencapai tujuan perusahaan hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Edi et al., 2022), (Sumarsid & Paryanti, 2022), (Setiawan & Bahrnun, 2023), (Nurofik, 2023), dan (Naniel et al., 2022). Pelayanan berkeualitas akan berdampak panjang bagi perusahaan dan mencapai tujuan perusahaan. Tanpa terdapatnya kualitas pelayanan yang baik pada sesuatu bisnis, konsumen tidak bakal merasa puas serta akibat negatif bisa saja timbul. Kualitas pelayanan yang positif akan menghasilkan kepuasan konsumen yang positif juga (Edi at al., 2022). Oleh karena itu, kualitas pelayanan dianggap menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan konsumen yang baik.

Hasil penelitian yang dilakukan pada variabel harga terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa variabel harga memiliki nilai hitung thitung sebesar $7,477 > t_{tabel} 1,661$ dan $sig 0,000 < 0,05$, yang artinya H_a diterima dan H_o ditolak. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi “diduga harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pada Bengkel Hijrah Motor Lubuk Basung” dapat diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh dan (Naniel et al., 2022). Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Harga yang ditawarkan suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan akan menent (Edi et al., 2022), (Sumarsid & Paryanti, 2022), (Setiawan & Bahrnun, 2023), (Nurofik, 2023), ukan keberhasilan perusahaan tersebut. Harga juga harus sesuai dengan masyarakat namun tidak mengakibatkan kerugian perusahaan (Setiawan & Bahrnun, 2023). Selain itu, harga menjadi faktor lain dalam menciptakan kepuasan konsumen berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Nurofik (2023), harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian yang dilakukan pada variabel kualitas pelayanan dan harga memiliki Fhitung sebesar $53,620 > F_{tabel} 3,09$ dan $sig 0,000 < 0,05$, yang artinya variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil

penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi “diduga kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pada Bengkel Hijrah Motor” dapat diterima. Hal ini sejalan penelitian sebelumnya ((Edi et al., 2022), (Sumarsid & Paryanti, 2022), (Setiawan & Bahrin, 2023), (Nurofik, 2023), bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Selain itu ditemukan bahwa salah satu faktor yang kuat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan dan harga. Kepuasan konsumen adalah suatu keadaan yang dirasakan oleh konsumen ketika apa yang dirasakannya sudah sesuai dengan harapan yang diinginkan. Jika jasa atau produk yang ditawarkan lebih rendah dari yang diharapkan maka konsumen akan merasa kecewa.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijabarkan, maka penulis dapat memberikan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi bagi Bengkel Hijrah Motor Lubuk Basung dalam meningkatkan kualitas pelayanan harga untuk menghasilkan kepuasan konsumennya. Oleh karena itu, diharapkan pihak bengkel mampu untuk melakukan evaluasi dan peningkatan secara berkala dan mengkaji berbagai masalah yang ditimbulkan dari variabel kepuasan konsumen yang berpengaruh terhadap pencapaian tujuan.

Ucapan Terima kasih kepada Pimpinan dan seluruh karyawan Bengkel Hijrah Motor Lubuk Basung, terimakasih atas bantuan dalam memenuhi data-data yang penulis butuhkan dan kerja samanya dalam penulisan jurnal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Produk*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Creswell, John W. (2017). *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Edi, H. T. Y. T. S., & Anugrah, P. A. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2).
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*. Bogor: Halia Indonesia.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.
- Indriyo, G. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malik, F ; Yaqoob.,S.,A.S. Aslam. (2012). The Impact Of Price Perception, Service Quality, And Brand Image On Customer Loyalty (Study of Hospitality Industry In Pakistan) Interdisciplinary. *Journal Of Contemporary research In busines* 4(5).
- Nainel, R. V., Ndawa, G., & Alexander, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Berlian Motor Kota Kupang. *JUMBIS (Journal of Management and Business)*, 1(1), 43-53.
- Sondakh, C. (2014). Kualitas layanan, citra merek dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah tabungan (studi pada nasabah tabung bni cabang manado). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 3.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.



- Sumarsid, S., & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1).
- Swastha, B., & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.