

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN
(Studi Kasus Pada Bengkel Injeksi Jawa Motor Boyolali)**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Psikologi

Permintaan:

Manajemen Pemasaran



Di ajukan oleh :

DEVI EKA FITRIYANTI

NIM : 1921100002

**FAKULTAS EKONOMI DAN PSIKOLOGI
UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN**

JULI 2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Pada Bengkel Injeksi Jawa Motor Boyolali)**

Diajukan:

DEVI EKA FITRIYANTI

NIM. 1921100002

Telah disetujui pembimbing untuk dipertahankan di hadapan Dewan Penguji
Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas
Widya Dharma Klaten
Pada Tanggal 12 Juli **2023**

Pembimbing Utama


H. Imam Santoso, S.E, MM
NIK 690 490 190

Pembimbing Pendamping


Jarot Prasetyo, S.E, M.Si
NIK 690 301 251

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen


Abdul Haris, S.E., M.M, M.Pd
NIK 690 098 194

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Pada Bengkel Injeksi Jawa Motor Boyolali)

Diajukan:
DEVI EKA FITRIYANTI
NIM. 19211000002

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten dan diterima
untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Pada Tanggal ...24 JULI 2023.....

Ketua

Dr. H. Arif Julianto SN, S.E., M.Si
NIK 690 301 250

Sekretaris

Abdul Haris, S.E., M.M, M.Pd
NIK 690 098 194

Pembimbing Utama

MM

H. Imam Santoso, S.E, MM
NIK 690 490 190

Pembimbing Pendamping

Jarot Prasetyo, S.E, M.Si
NIK 690 301 251

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Psikologi



Dr. H. Arif Julianto SN, S.E., M.Si
NIK 690 301 250

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DEVI EKA FITRIYANTI
NIM : 1921100064
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas : EKONOMI dan PSIKOLOGI

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul: *“ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Bengkel Injeksi Jawa Motor Boyolali)”* adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas plagiat. Hal-hal yang bukan merupakan karya saya dalam skripsi ini telah diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan ijazah dan pencabutan gelar sarjana yang saya peroleh dari skripsi ini.

Klaten, 12 Juli 2023

Penulis,

Devi Eka Fitriyanti



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW, yang menjadi suri tauladan bagi umat Islam dan yang kita nantikan syafa'atnya di yaumul akhir kelak, Aamiin.

Penulis persembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang senantiasa memotivasi, membantu dan mendo'akan dalam proses untuk meraih gelar Sarjana Manajemen, diantaranya:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Sriyanto dan Ibu Suprihatin yang senantiasa mencurahkan kasih sayangnya, perhatian, dan doa kepada saya.
2. Kepada suami saya, Bayu Prasetyo Adi yang senantiasa mendoakan saya.
3. Keluarga saya yang saya sayangi, terima kasih atas motivasi dan inspirasi yang kalian berikan serta selalu mendoakan saya.
4. Kepada Bapak H. Imam Santoso, S.E, MM dan Bapak Jarot Prasetyo, S.E, MSi yang telah membimbing saya dengan setulus hati.
5. Kepada Bapak Bayu Prasetyo Adi yang senantiasa memberikan informasi untuk penelitian saya dengan baik.
6. Sahabat dan teman – teman seperjuangan yang selalu menghibur dan memotivasi yang selalu memberikan dukungan yang tidak bisa di sebutkan satu persatu.

MOTTO

Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain) dan hanya kepada tuhanmulah engkau berharap. (QS. Al- Insyirah, 6-8). Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah.

(Thomas Alva Edison)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan dan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Bengkel Injeksi Jawa Motor Boyolali)” dengan tepat waktu.

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk melengkapi sebagian persyaratan guna meraih gelar Sarjana Manajemen di Universitas Widya Dharma Klaten. Penulis menyadari bahwa dengan kemampuan yang terbatas, baik pengalaman maupun pengetahuan yang dimiliki, skripsi ini masih dikatakan belum sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak.

Skripsi ini tersusun bukan hanya dengan kemampuan penulis semata, akan tetapi mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak dalam penyelesaiannya. Atas semua kontribusi tersebut, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Triyono, M.Pd, selaku Rektor Universitas Widya Dharma Klaten.
2. Dr. H. Arif Julianto SN, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Psikologi Univeritas Widya Dharma Klaten.

3. Abdul Haris, S.E., M.M., M.Pd, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten.
4. H. Imam Santoso, S.E., MM, selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu serta dengan sabar dan ikhlas memberikan masukan, bimbingan, dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Jarot Prasetyo, S.E., M.Si, selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu serta dengan sabar dan ikhlas memberikan masukan, bimbingan, dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Psikologi yang telah memberikan ilmu dan pelayanan yang baik selama penulis menempuh pendidikan.
7. Semua pihak yang berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan pihak-pihak terkait yang dengan ikhlas memberikan do'a, semangat, bantuan, dan bimbingan. Meskipun masih jauh dari kata sempurna, diharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Aamiin.

Klaten, 12 Juli 2023

Penulis,

Devi Eka Fitriyanti

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Alasan Pemilihan Judul	5
1.3 Penegasan Judul	6
1.4 Pembatasan Masalah	7
1.5 Rumusan Masalah	7
1.6 Tujuan Penelitian.....	8
1.7 Manfaat Penelitian.....	8
1.8 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Manajemen Pemasaran	10
2.2 Kepuasan Pelanggan.....	11
2.3 Harga	13
2.4 Kualitas Pelayanan	15
2.5 Kualitas Produk	18
2.6 Penelitian Terdahulu.....	19
2.7 Kerangka Pemikiran	21
2.8 Pengembangan Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	26

3.3	Teknik Pengumpulan Data	26
3.4	Jenis dan Sumber Data	27
3.5	Populasi dan Sampel	27
3.6	Teknik Analisis Data	28
3.7	Pengujian Instrumen Penelitian	28
3.8	Uji Hipotesis	29
3.9	Metode Analisis Data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		32
4.1	Gambaran Umum Bengkel Injeksi Motor	32
4.2	Analisis Responden	33
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian	36
4.4	Analisis Data	42
4.5	Analisis Hipotesis	47
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	50
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		54
5.1	Simpulan.....	54
5.2	Saran	55
DAFTAR PUSTAKA		59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 4.1 Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.2 Identifikasi Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.3 Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Aspek Harga	36
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Aspek Kualitas Pelayanan	38
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Aspek Kualitas Produk	39
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Aspek Kepuasan Pelanggan ...	41
Tabel 4.8 Uji Validitas	43
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.10 Analisis Regresi Linier Berganda	45
Tabel 4.11 Uji T	47
Tabel 4.12 Uji F	49
Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	21
Gambar 4.1 Logo Bengkel	32

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Permohonan Pengisian Kuesioner
- Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 : Tabulasi Data
- Lampiran 4 : Hasil Analisis Deskriptif Identifikasi Responden
- Lampiran 5 : Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian
- Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 7 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 8 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda & Uji T
- Lampiran 9 : Hasil Analisis Uji F dan Uji Koefisien Determinasi
- Lampiran 10 : Distribusi t Tabel
- Lampiran 11 : Distribusi r Tabel

ABSTRAK

Devi Eka Fitriyanti, 19211000002, Skripsi. Program Studi Manajemen, ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Bengkel Injeksi Jawa Motor Boyolali)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada bengkel injeksi jawa motor Boyolali). Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan bengkel injeksi jawa motor Boyolali sebanyak 81 responden. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 26. Analisis ini meliputi analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian ini dengan taraf 5% diperoleh kesimpulan: (1) terjadinya pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan adalah positif dan signifikan, (2) tidak adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan negatif dan tidak signifikan, (3) terjadinya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan adalah positif dan signifikan (4) *R Square* sebesar 55,8% sedangkan sisanya 44,2% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kendaraan bermotor menjadi salah satu hal yang tidak dapat terlepas dari sebuah aktivitas masyarakat pada suatu negara khususnya di Indonesia (Kompas.com, 2022). Berdasarkan data kendaraan per pulau yang diterbitkan oleh laman korlantas.polri.go.id, total kepemilikan kendaraan di Indonesia sebanyak 150.786.747 unit (Kompas.com, 2022). Pulau Jawa menjadi penyumbang jumlah kendaraan terbanyak dengan jumlah kepemilikan kendaraan bermotor sebanyak 90.192.977 unit. Sepeda motor menjadi jenis kendaraan yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan angka pengguna 123.377.429 unit yang disusul oleh pengguna mobil pribadi, kendaraan bus, mobil barang, dan kendaraan khusus. Perkembangan pesat industri otomotif dari waktu ke waktu akan menyerap tenaga kerja yang tinggi dan membuka banyak peluang usaha atau bisnis seperti bengkel servis dan modifikasi kendaraan. Kunci kesuksesan bisnis otomotif adalah menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Mitior & Susena, 2015). Kepuasan pelanggan dapat dicapai melalui pemberian kualitas pelayanan yang baik dan dukungan yang optimal meliputi kesesuaian harga produk dan kualitas produk yang ditawarkan oleh bengkel.

Kepuasan pelanggan menjadi landasan sistem layanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu, serta

memaksimalkan layanan terhadap dampak populasi sasaran (Mitior & Susena, 2015). Kepuasan pelanggan adalah perbandingan kualitas layanan yang dialami pelanggan, apabila kualitas yang didapatkan pelanggan lebih rendah dari yang diharapkan, maka akan terjadi ketidakpuasan (William & Purba, 2020). Persaingan dalam pelayanan jasa dapat dimenangkan apabila pihak bengkel mampu memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing (Syahidin & Adnan, 2022). Harga merupakan salah satu indikator yang dapat digunakan untuk membayar atas apa yang ingin dimilikinya untuk membeli barang ataupun jasa (Jumhari *et al.*, 2022).

Penelitian sebelumnya oleh Syahidin & Adnan (2022) menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan ketika harga yang ditawarkan oleh bengkel terjangkau maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa bengkel. Harga yang dirasakan dibagi dengan persepsi biaya untuk mendapatkan manfaat. Oleh karena itu, pihak bengkel memiliki tanggung jawab untuk membuat total manfaat lebih besar daripada total biaya yang dikeluarkan. Dengan demikian, pelanggan mendapatkan manfaat dari mengeluarkan biaya. Selain itu, harga sangat menentukan kepuasan pelanggan dalam penggunaan jasa bengkel, karena besarnya biaya perbaikan yang ditetapkan berkaitan dengan tingkat pendapatan yang dimiliki oleh pelanggan (Maskur *et al.*, 2016). Semakin tingginya biaya perbaikan akan mengakibatkan pelanggan harus berpikir dua kali dalam penggunaan jasa bengkel tersebut, demikian

sebaliknya apabila biaya perbaikan semakin rendah maka pelanggan cenderung memanfaatkan jasa bengkel tanpa melakukan pertimbangan lebih banyak.

Kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan yang sejalan dengan kemauan pelanggan. Hayati (2016) menyatakan bahwa kualitas layanan yang diciptakan dan ditingkatkan tidak diukur dari sudut pandang perusahaan namun harus diukur dari sudut pandang pelanggan (*perceived quality*). Peningkatan kualitas layanan bagi pelanggan secara positif mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini didukung oleh penelitian dari Jumhari *et al.* (2022) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas akan memberikan rekomendasi kepada pelanggan lainnya untuk ikut merasakan layanan jasa yang diterimanya. Pelanggan akan loyal kepada bengkel yang memberikan kualitas pelayanan yang baik. Begitu juga dengan pihak bengkel, bahwa pelanggan yang loyal akan memberikan nilai yang tinggi terhadap pihak bengkel. Jika suatu bengkel mampu memberikan nilai dan kepuasan (*value and satisfaction*) kepada pengguna jasa *service* maka pihak bengkel berhasil menawarkan jasa kepada pengguna jasa *service*.

Pemenuhan kebutuhan selama proses pemeliharaan kendaraan, pihak bengkel juga perlu menawarkan produk dengan kualitas yang baik. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar. Ini

dikarenakan kemampuan ekonomi dan tingkat pendidikan masyarakat cenderung meningkat, sebagian masyarakat semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya (Rustam, 2019). Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki manfaat bagi pemakainya. Seseorang yang membutuhkan suatu produk akan membayangkan manfaat apa saja yang bisa diperoleh dari produk yang akan dipergunakan. Manfaat suatu produk merupakan konsekuensi yang diharapkan konsumen ketika membeli dan menggunakan suatu produk. Penelitian oleh Ibrahim & Thawil (2019) dan Ananda (2018) mengemukakan bahwa kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang digunakan berkualitas. Produk yang berkualitas tinggi sangat diperlukan agar keinginan konsumen dapat dipenuhi. Keinginan konsumen yang terpenuhi sesuai dengan harapannya akan membuat konsumen menerima suatu produk bahkan sampai loyal terhadap produk tersebut.

Penelitian ini menggunakan Bengkel Injeksi Jawa Motor yang berlokasi di Boyolali sebagai tempat penelitian. Bengkel Injeksi Jawa Motor mempunyai peluang dan tantangan seperti pada umumnya. Peneliti ingin mengkaji kembali mengenai pelayanan bengkel apakah sudah maksimal atau sebaliknya. Penelitian mengenai harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan di Bengkel Injeksi Jawa Motor belum pernah

dilakukan. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut. Pelanggan akan membandingkan layanan dan dukungan yang diberikan Bengkel Injeksi Jawa Motor dengan layanan dan dukungan yang pelanggan harapkan. Jika pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali lagi ke Bengkel Injeksi Jawa Motor dan menjadi pelanggan setia, namun jika pelanggan tidak merasa puas, maka pelanggan akan mengeluhkan ketidakpuasan tersebut kepada pihak Bengkel Injeksi Jawa Motor. Berkaitan dengan pentingnya kepuasan pelanggan dalam memanfaatkan layanan jasa, maka menarik bagi penulis untuk meneliti permasalahan tersebut dengan judul **“Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan” (Studi Kasus Pada Bengkel Injeksi Jawa Motor Boyolali).**

1.2 Alasan Pemilihan Judul

Penulis memiliki alasan tertentu dalam pengambilan judul tersebut, adapun alasan sebagai berikut:

1.2.1 Alasan Subyektif

Alasan subyektif menggunakan Bengkel Injeksi Jawa Motor sebagai tempat penelitian dikarenakan banyak konsumen yang datang untuk melakukan servis sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan penelitian mengenai analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan yang diperlukan dalam penelitian.

1.2.2 Alasan Obyektif

Penulis mengambil judul penelitian ini karena adanya alasan obyektif yaitu mengadakan penelitian tentang kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh adanya faktor harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk.

1.3 Penegasan Judul

Untuk mengetahui penafsiran yang keliru dalam penelitian maka perlu diberi penegasan judul sebagai berikut:

1. Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Selain itu, harga merupakan nilai yang ditukarkan konsumen untuk suatu manfaat atas pengonsumsian, penggunaan atau kepemilikan barang atau jasa (Kusdyah, 2012).
2. Kualitas pelayanan adalah penilaian pelanggan atas keunggulan suatu produk atau jasa secara menyeluruh. Kualitas layanan yang diciptakan dan ditingkatkan tidak diukur dari sudut pandang perusahaan namun harus diukur dari sudut pandang pelanggan (*perceived quality*) (Hayati, 2016).
3. Kualitas produk didefinisikan sebagai kemampuan dari sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya (Kotler & Amstrong, 2012).
4. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa pelanggan yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Pada umumnya pelayanan yang baik

akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering (Maghviro *et al.*, 2019).

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan idntifikasi yang ada, penelitian ini berfokus pada pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dipersepsikan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada Bengkel Injeksi Jawa Motor Boyolali). Pembatasan tersebut dilakukan karena faktor harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam melakukan servis di bengkel tersebut.

1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas pada bab-bab selanjutnya, yaitu:

1. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Injeksi Jawa Motor?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Injeksi Jawa Motor?
3. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Injeksi Jawa Motor?
4. Seberapa besar pengaruh harga kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Injeksi Jawa Motor?

1.6 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Injeksi Jawa Motor.
2. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Injeksi Jawa Motor.
3. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Injeksi Jawa Motor.
4. Menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Injeksi Jawa Motor

1.7 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Bahan pertimbangan bagi pihak Bengkel Injeksi Jawa Motor untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan servis terhadap pelanggan.
2. Bahan pertimbangan untuk menentukan harga agar dapat bersaing dengan bengkel lainnya.
3. Sebagai referensi dalam menawarkan produk yang berkualitas di bengkel demi meningkatkan kepuasan pelanggan dan diharapkan pelanggan dapat datang kembali untuk servis.
4. Bahan evaluasi dan acuan bagi usaha bengkel dalam menghadapi permasalahan keluhan-keluhan pelanggan sehingga terciptanya kepuasan bagi pelanggan.

1.8 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian latar belakang masalah, alasan pemilihan judul, penegasan judul, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi kajian teori yang terdiri dari manajemen pemasaran, harga, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional, sumber data, teknik pengumpulan data, teknis analisis data, dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini pembahasan mengenai gambaran umum perusahaan, analisis deskriptif, deskripsi variabel penelitian, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Injeksi Jawa Motor Boyolali maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dihasilkan persamaan regresi linier berganda yaitu : $Y = 0,692 + 0,337 X_1 - 0,110 X_2 + 0,687 X_3$. Menunjukkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Injeksi Jawa Motor Boyolali dengan variabel kualitas produk yang lebih dominan.
2. Dari hasil uji t diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara sendiri-sendiri antara harga, kualitas pelayanan, dan kualitas harga terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Injeksi Jawa Motor Boyolali karena t_{hitung} variabel harga = 4,032, kualitas produk = 6,580 keduanya memiliki t_{hitung} yang lebih dari t_{tabel} yaitu = 1,664. Sedangkan variabel kepuasan pelayanan memiliki hasil $t_{hitung} = - 1,043$ yang kurang dari $t_{tabel} = 1,664$.
3. Dari hasil pengujian uji F diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap

kepuasan pelanggan pada Bengkel Injeksi Jawa Motor Boyolali secara bersama-sama, karena nilai $F_{hitung} 34,652 > F_{tabel} 2,72$.

4. Koefisien determinan ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase pengaruh variabel bebas harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, dan besarnya pengaruh variabel terikat dalam penelitian ini adalah 55,8%. Sedangkan sisanya yaitu 44,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Injeksi Jawa Motor Boyolali, maka peneliti memberikan saran yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan :

- 1) Peningkatan Kualitas Pelayanan: Bengkel perlu fokus pada peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Melalui pelatihan dan pengembangan karyawan, bengkel dapat meningkatkan keterampilan komunikasi, responsivitas terhadap pertanyaan atau keluhan pelanggan, serta kesopanan dalam berinteraksi. Memastikan pelanggan merasa didengar dan dihargai dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.
- 2) Monitoring Kepuasan Pelanggan: Bengkel dapat mempertimbangkan untuk mengimplementasikan sistem

monitoring kepuasan pelanggan yang terstruktur dan berkelanjutan. Misalnya, menggunakan survei pelanggan secara rutin untuk mengukur tingkat kepuasan dan memantau perubahan dari waktu ke waktu. Dengan data yang diperoleh, bengkel dapat mengidentifikasi area perbaikan yang perlu ditingkatkan dan mengambil tindakan yang sesuai.

- 3) **Penyediaan Sarana Komunikasi yang Efektif:** Bengkel perlu menyediakan sarana komunikasi yang efektif bagi pelanggan untuk mengajukan pertanyaan, memberikan umpan balik, atau menyampaikan keluhan. Hal ini dapat meliputi pemasangan kotak saran atau buku tamu, serta memastikan ada personel yang ditugaskan untuk merespons dengan cepat dan menangani masalah yang muncul. Dengan memfasilitasi komunikasi yang baik, bengkel dapat memperbaiki kekurangan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- 4) **Memperhatikan Responsif terhadap Keluhan dan Masukan:** Bengkel perlu memiliki sistem yang baik untuk menangani keluhan pelanggan dengan cepat dan efektif. Melibatkan manajemen dan staf bengkel dalam menangani keluhan serta menggunakan masukan dari pelanggan untuk perbaikan dan peningkatan proses merupakan langkah penting dalam memperkuat kepuasan pelanggan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- 1) Analisis Lebih Mendalam terkait Variabel yang Ditolak: Meskipun kualitas pelayanan tidak ditolak dalam penelitian ini, penulis dapat melakukan analisis yang lebih mendalam terkait temuan tersebut. Diskusikan temuan tersebut dengan lebih rinci, seperti kemungkinan faktor-faktor lain yang memengaruhi hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Bengkel Injeksi Jawa Motor Boyolali. Misalnya, pertimbangkan apakah faktor-faktor seperti persepsi harga, citra merek, atau waktu tunggu pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan.
- 2) Penelitian Lanjutan dengan Fokus pada Kualitas Pelayanan: Sarankan peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian yang lebih terfokus pada kualitas pelayanan di Bengkel Injeksi Jawa Motor Boyolali. Ini dapat melibatkan metode penelitian tambahan, seperti wawancara mendalam dengan pelanggan atau observasi langsung terhadap interaksi antara pelanggan dan staf bengkel. Dengan melihat lebih dalam ke aspek kualitas pelayanan, dapat ditemukan faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan lebih jelas.
- 3) Memperluas Ruang Lingkup Penelitian: Penulis dapat merumuskan saran untuk memperluas ruang lingkup penelitian dengan memasukkan variabel lain yang relevan, seperti kualitas suku

cadang yang digunakan dalam perbaikan atau perawatan kendaraan. Hal ini dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Injeksi Jawa Motor Boyolali dan mengidentifikasi area perbaikan yang mungkin terkait dengan kualitas pelayanan.

- 4) Perbandingan dengan Bengkel Lain: Sarankan untuk melakukan perbandingan antara Bengkel Injeksi Jawa Motor Boyolali dengan bengkel sejenis lainnya dalam penelitian selanjutnya. Dengan membandingkan data dari bengkel-bengkel lain, penulis dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara industri dan mengidentifikasi faktor-faktor unik yang memengaruhi Bengkel Injeksi Jawa Motor Boyolali secara khusus.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 38–49. <https://core.ac.uk/download/pdf/225831987.pdf>
- Ananda, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Bengkel Sisam Pematangsiantar. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 50–64.
- Armaniah, H., Marthanti, A. S., & Yusuf, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahass Honda Tangerang. *Penelitian Ilmu Manajemen*, 2(2), 2614–3747. <https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/287152/Pengaruh-Kualitas-Pelayanan-Terhadap-Kepuasan-Konsumen-Pada-Bengkel-AHASS-Honda-Tangerang..pdf>
- Firmansyah, A., & Fatihudin, D. (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. CV Budi Utama.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete IBM SPSS 23*. Universitas Diponegoro.
- Harto, B. (2015). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Pnedekatan Fuzzy Servqual Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Di Bengkel Resmi BAJAJ Padang). *Jurnal TEKNOIF*, 3(1), 20–30. <https://teknof.itp.ac.id/index.php/teknof/article/view/236/682>
- Hayati, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Nilai Pelanggan dan Terhadap Kepuasan Penggunaan Jasa Service (Studi Kasus Pada Bengkel Seruyan Motor). *Jurnal Terapan Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 68–82. <https://media.neliti.com/media/publications/195529-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-dan-harga-te.pdf>
- 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. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Jumhari, M., Sulaeman, E., & Kusnanto, D. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dimasa Pandemi Covid-19 Pada Bengkel Honda Nss Ahass 1838 Karawang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis E-QIEN*, 9(1). <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/284/222>

- Kompas.com. (2022). *Jumlah Kendaraan Bermotor di Indonesia Tembus 150,7 Juta Unit*. <https://otomotif.kompas.com/read/2022/10/04/170100915/jumlah-kendaraan-bermotor-di-indonesia-tembus-150-7-juta-unit#:~:text=Berdasarkan data kendaraan per pulau,di Indonesia 150.786.747 unit.>
- Kotler, & Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong. (2018). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online* (Terjemahan). Andi Offset.
- Kotler, P., & Keller. (2012). *Manajemen pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi XII. Jilid 1*. Erlangga.
- Kuntari, B. D., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Bengkel PT Astra International Tbk-Daihatsu Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 36(1), 196–202. <https://media.neliti.com/media/publications/87117-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kep.pdf>
- Kusdyah, I. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, dan Keinginan Pembelian Ulang jasa Klinik Kesehatan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 25–32. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.7.4.25-32>
- Laila, N., Suryoko, S., & Saryadi. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Servis Bengkel Ahas 0002 Semarang Honda Center. *Social and Politic Diponegoro - Jurnal Administrasi Bisnis*, 1, 1–8. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/1639>
- Maghviro, A. N., Wahono, B., & Dianawati, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel H M Understell Kendaraan Roda Empat). *Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 5–48. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/15739>
- Maskur, M., Qomariah, N., & Nursaidah. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Bengkel Mobil Larasati Lumajang). *Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia*, VI(2), 212–221. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/SMBI/article/view/361/245>
- Mitior, & Susena, K. C. (2015). Analisis Hubungan Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Candera Motor Di Kaur Utara Kabupaten Kaur.

- EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 29–45.
<https://doi.org/10.37676/ekombis.v2i1.3>
- Prayogie, Z., Lie, D., Butarbutar, M., & Simatupang, S. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Zul Keluarga Jaya. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 40–47. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v6i2.126>
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2). <https://ojs.ekonomi-un kris.ac.id/index.php/JMBK/article/view/286/0>
- Rustam, T. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Spare part pada Bengkel Aneka Motor Kabupaten Padang Pariaman. *Rist Dan Jurnal Akuntansi*, 3(2), 320–328. <https://doi.org/10.33395/owner.v3i2.159>
- Sue, V. M., & Ritter, L. A. (2012). *Conducting online surveys (2nd ed.)*. <https://dx.doi.org/10.4135/9781506335186>
- Sugiarti, S. (2021). *Peranan Manajemen Pemasaran Dalam Pengembangan Bisnis Secara Konsep dan Aplikasinya* (Issue 152). <http://eprints.polsri.ac.id/4223/9/PROPOSAL.pdf>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. (Sutopo (ed.); 8th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20–32. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v4i1.209>
- Tjiptono. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Andi.
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1 (pp. 394–395). Andy.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran*. CV. Andi Offset.
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi 1. Indeks.
- William, & Purba, T. (2020). Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda di Kota Batam. *Jurnal EMBA:*

Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 8(1), 1987–1996.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/28051>