

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Sahabat AC Di Lumajang

Ana Nur Eka Rahim¹, Dr. Hesti Budiwati, S.E., M.M², Zainul Hidayat, S.E., M.M³

STIE Widya Gama Lumajang¹²³

Email : anva.elriza14@gmail.com¹

Email : hestibudiwati1404@gmail.com²

Email : zd4y4t@gmail.com³

INFO ARTIKEL

Volume 4

Nomor 1

Bulan September

Tahun 2021

Halaman 54-58

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Sahabat AC Lumajang. Jenis penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer menggunakan kuisioner. Sampel penelitian merupakan responden yang berjumlah 60 orang. Variabel dependen adalah kepuasan pelanggan dengan 3 indikator. Dan variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dengan 5 indikator alat ukur dan harga dengan 4 indikator alat ukur. Analisis data yang digunakan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian keseluruhan variabel menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Sahabat AC di Lumajang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Customer satisfaction is a person's feeling of pleasure or disappointment that comes from a comparison between his impression of the performance (result) of a product and his expectations. The purpose of this study was to determine and analyze the effect of service quality and price on customer satisfaction at Bengkel Sahabat AC Lumajang. This type of research uses descriptive quantitative. The data used is primary data using a questionnaire. The research sample is 60 respondents. The dependent variable is customer satisfaction with 3 indicators. And the independent variable in this study is the quality of service with 5 indicators of measuring instruments and price with 4 indicators of measuring instruments. Analysis of the data used using multiple linear regression analysis. The results showed that service quality and price had no effect on customer satisfaction. The test results of all variables stated that there was no simultaneous significant effect of service quality and price on customer satisfaction at the Friends of AC Workshop in Lumajang.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Perkembangan di era globalisasi ini mengalami kemajuan yang sangat pesat dengan adanya perkembangan teknologi dan informasi serta transportasi. Sehingga menyebabkan ketatnya persaingan di dunia bisnis terutama di bidang jasa. Hal ini menyebabkan setiap perusahaan meningkatkan keunggulan yang kompetitif agar dapat bersaing secara unggul dengan pesaing lainnya terutama dalam bidang yang sama yaitu bidang jasa. Tjiptono, F. (2014:26) menyatakan bahwa jasa adalah sebuah tindakan atau perbuatan yang bersifat tidak berwujud yang ditawarkan untuk dijual kepada pihak lain yaitu pengguna jasa. Usaha dalam bidang jasa ini misalnya usaha service AC. Dapat diperkirakan bahwasanya usahanya service ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat menengah keatas. Dalam usaha ini perusahaan perlu meningkatkan kepuasan pelanggan. Saladin, D. (2003:9) kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Pelanggan merasa puas jika kinerja yang diberikan melebihi ekspektasinya dalam upaya mempertahankan karyawan melalui dorongan kepuasan dan komitmen oleh Sulistyan, R. B., Ermawati, E., & Ariyono, K. Y. (2019). Sedangkan kinerja yang tidak sesuai dengan ekspektasinya pelanggan merasa tidak puas. Kepuasan pelanggan menjadi sebuah prioritas bagi perusahaan.

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat pengendalian tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Sigit, R. D., & Oktaviani, F. 2014:7). Harga secara luas ialah jumlah nilai yang ditukar oleh konsumen untuk memperoleh manfaat kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa (Machfoedz, M. 2010:69). Beberapa penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Wardani, F. K. (2014) tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Motor Pak Darus di Kabupaten Purworejo” telah membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan bengkel motor. Dalam penelitian lainnya Maulana, A. S. (2016) tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga terdapat hubungan positif dengan kepuasan pelanggan pada PT.DOI. Selanjutnya pada penelitian Malik, M. E., Ghafoor, M. M., & Hafiz, K. I.(2012) yang berjudul “Impact of Brand Image, Service Quality and Price on Customer Satisfaction in Pakistan Telecommunication Sector” membuktikan bahwa service quality and price berpengaruh signifikan pada customer satisfaction in pakistan telecommuunication sector.

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti ingin meneliti lebih dalam tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Sahabat AC di Lumajang”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiasif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian explanatory Research, yaitu suatu penelitian yang menjabarkan hubungan kausal antara variabel penelitian kemudian menuju hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Singarimbun, M., & Efendi, S. 2008:54). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer dari penelitian ini didapatkan dari hasil pengisian kuesioner oleh pelanggan Bengkel Sahabat AC Lumajang.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu eksternal dan internal. Data internal dalam penelitian ini juga membutuhkan data eksternal berupa tanggapan dari pelanggan bengkel sahabat AC Lumajang. Pengambilan sampel menggunakan metode accidental sampling sehingga didapatkan jumlah sampel sebanyak 60 sampel. Beberapa pengujian yang digunakan pada uji instrumen yakni uji validitas dengan batas $r > 0,3$ (Sugiyono, 2012:178). Reabilitas dengan batas Cronbach Alpha $0,60$ (Anton, N. Y. 2011:33). Kemudian uji asumsi klasik yakni uji normalitas menggunakan PP-Plot. Uji multikolinieritas dengan batas nilai $VIF < 10$ dan nilai tolerance tidak kurang dari $0,1$ serta uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji scatterplot (Sunyoto, D. 2013:91). Untuk pengujian hipotesis menggunakan uji t (parsial) dan uji F. Dengan menghitung koefisien determinasi menggunakan R square (Sanusi 2011:136).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 1.1 Deskripsi Responden

	Frekuensi	Persentase (%)
Usia		
17 – 25 tahun	6	10 %
26 – 30 tahun	27	45 %
31 – 35 tahun	11	18,3 %
36 – 40 tahun	12	20 %

41 – 50 tahun

4

6,7 %

Jenis Kelamin

Perempuan

21

65 %

Laki – Laki

39

35 %

Sumber: Hasil Olah data 2021

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan dari kategori tingkat usia dapat disimpulkan bahwa peminat terbanyak pada usia 26-30 tahun.

Data responden pada kategori jenis kelamin dapat disimpulkan yang paling dominan yaitu laki-laki yang menggunakan jasa service di bengkel Sahabat AC Lumajang.

Tabel 1.2 Hasil Uji Validitas

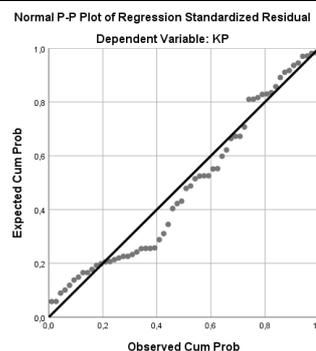
NO	Kuesioner	r_{hitung}	$r_{minimal}$	Signifikansi	Ket
1	Kualitas Pelayanan(X_1)				
	• Pernyataan 1	0,644	0,3	0,000	Valid
	• Pernyataan 2	0,755	0,3	0,000	Valid
	• Pernyataan 3	0,648	0,3	0,000	Valid
	• Pernyataan 4	0,668	0,3	0,000	Valid
2	Harga(X_2)				
	• Pernyataan 1	0,850	0,3	0,000	Valid
	• Pernyataan 2	0,551	0,3	0,000	Valid
	• Pernyataan 3	0,636	0,3	0,000	Valid
3	Kepuasan Pelanggan (Y)				
	• Pernyataan 1	0,672	0,3	0,000	Valid
	• Pernyataan 2	0,636	0,3	0,000	Valid
	• Pernyataan 3	0,653	0,3	0,000	Valid

Sumber: Hasil olah data 2021

Setelah dilakukan pengujian dengan SPSS, pengujian validitas didapatkan hasil dengan tingkat valid tertinggi pada indikator X_1 . Sedangkan tingkat valid terendah terdapat pada indikator X_5 .

Tabel 1.3 Rekapitulasi Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,676	1,479	Bebas Multikolinearitas
Harga	0,676	1,479	Bebas Multikolinearitas



Hasil uji normalitas dari penelitian ini memenuhi kriteria data dan residual dikatakan normal. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai tolerance yaitu 0,676 dan 0,676 lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF sebesar 1,479; dan 1,479 kurang dari 10. Berdasarkan hasil tersebut model residual memenuhi kriteria uji multikolinearitas sehingga model residual dinyatakan terbebas dari multikolinearitas atau tidak terdapat korelasi antar variabel.

Tabel 1.4 Pengujian Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	4,105	0,628

Kualitas Pelayanan	0,067	0,184
Harga	-0,167	0,156

hasil analisis regresi linier berganda didapatkan rumusan model analisis regresi linier berganda pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y=4,105+0,067X_1-0,167X_2+e$$

Nilai t_{hitung} kualitas pelayanan sebesar 0,362 lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 2,002 dengan nilai signifikansi sebesar 0,781 yang lebih besar dari nilai signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Sahabat AC di Lumajang. Maka pada penelitian ini Hipotesis Pertama (H1) ditolak.

Nilai t_{hitung} harga sebesar -1,071 lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 2,002 dengan nilai signifikansi sebesar 0,289 yang lebih besar dari nilai signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Sahabat AC di Lumajang. Maka pada penelitian ini Hipotesis Kedua (H2) ditolak.

Nilai F_{hitung} sebesar 0,619 lebih kecil dari F_{tabel} sebesar 2,76 dengan nilai signifikansi sebesar 0,542 yang lebih besar dari nilai signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Sahabat AC di Lumajang. Maka pada penelitian ini Hipotesis Ketiga (H3) ditolak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan dengan metode pengujian analisis regresi linier berganda dan pengujian secara parsial maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Sahabat AC Lumajang. Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Jumlah harga yang ditawarkan pemilik usaha kepada penerima jasa atau dalam hal ini pelanggan Bengkel Sahabat AC Lumajang yang sesuai dengan pelayanan yang dilakukan perusahaan atau karyawannya, dalam penelitian ini dirasa masih kurang sesuai dengan hasil yang diterima oleh pelanggan.

Kualitas pelayanan dan harga secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Sahabat AC Lumajang. Kualitas pelayanan merupakan bentuk pelayanan dari karyawan Bengkel Sahabat AC Lumajang kepada pelanggan baik itu dilakukan dengan sikap yang sangat baik atau tidak. Diharapkan karyawan Bengkel Sahabat AC bisa memberikan layanan yang baik dengan maksimal kepada pelanggan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan traffic kepuasan pelanggan yang baik kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anton, N. Y. (2011). *It's Easy Olah Data dengan SPSS*. Yogyakarta, Skripta Media Creative.
- Assauri, S. (2013). *Marketing Management*. Jakarta, Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa–Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3*. Yogyakarta: Andi, 1.
- Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, D. (2012). *Pemasaran strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel_Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*.
- Wardani, F. K. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Motor Pak Darus Di Kabupaten Purworejo. *OIKONOMIA-Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 3(4).
- Singarimbun, M., & Efendi, S. (2008). *Metode Penelitian Survei (cetakan kesembilanbelas)*. Jakarta: LP3ES.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (1989). *Metodologi penelitian survei*. Jakarta: LP3ES.
- Siregar, A. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel CV. Parsariran Motor (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidimpuan)*.
- Stanton, W. J. (1984). *Instructor's Manual to Accompany Fundamentals of Marketing: Manual*. McGraw-Hill.
- Sulistyan, R. B., Ermawati, E., & Ariyono, K. Y. (2019). Manajemen Retensi dalam Upaya Mempertahankan Karyawan melalui Dorongan Kepuasan dan Komitmen. *WIGA : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 9(2), 87-98. doi:10.30741/wiga.v9i2.464.