

Analisis Harga Dan Kualitas Pelayanan Service Sepeda Motor Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Dealer Yamaha Duta Motor Lumajang

Roland Mario Putra Ragil¹, Sukma Irdiana², Anisatul Fauziah³

STIE Widya Gama Lumajang^{1 2 3}

Email : rolandmario48@gmail.com¹

Email: sukmapasah@gmail.com²

Email: Anisatulfauziah3@gmail.com³

INFO ARTIKEL

Volume 3

Nomor 2

Bulan Desember

Tahun 2020

Halaman 138-141

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan atau analisis harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan data primer yang di peroleh dari hasil pengisian kuesioner terhadap pelanggan pada Yamaha Duta Motor Lumajang yang berjumlah 60 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan dengan koefisien determinan sebesar 12,6% dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu harga dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 87,4% kepuasan pelanggan di pengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak di teliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian ini, Yamaha Duta Motor Lumajang tetap mempertahankan kesesuaian harga yang terdaftar dengan harga di lapangan serta memperhatikan dan mengevaluasi para teknisi dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan agar pelanggan akan tetap setia, tidak akan terpengaruh oleh pihak pesaing dan juga merekomendasikan kepada orang lain.

Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship or price analysis and service quality to customer satisfaction both partially and simultaneously. This study uses primary data obtained from the results of filling out questionnaires against customers on Lumajang Yamaha Duta Motor, amounting to 60 respondents. The analytical method used in this study is multiple linear regression. The results of multiple linear regression analysis show that price and service quality have a positive and significant relationship to customer satisfaction both partially and simultaneously with determinant cofesiveness of 12.6% can be explained by independent variables namely price and service quality. While the remaining 87.4% of customer satisfaction is influenced by other variables not examined in this study. Based on the results of this study, the Lumajang Yamaha Duta Motor still maintains the suitability of the prices listed with prices in the field and pays attention and evaluates the technicians in providing services to customers so that customers will remain loyal, not be affected by competitors and also recommend to others.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja/atau hasil produk atau jasa yang dipersepsikan dan ekspektasinya (Oliver dalam Tjiptono & Diana, 2015b: 23). Hal ini seorang pelanggan puas atau tidaknya tergantung pada kinerja produk atau jasa dibandingkan terikatnya ekspektasi pelanggan dan seorang pelanggan menginterpretasikan munculnya gap antara kinerja dan

ekspektasi tersebut. Salah satu tindakan sebagai memuaskan pelanggan yaitu dengan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya. Dalam memberikan kepuasan pelanggan yang memakai jasa perusahaan, salah satu cara yang dilakukan adalah memberikan harga dan kualitas pelayanan yang sangat baik.

Penelitian tentang kepuasan pelanggan pernah diteliti sebelumnya oleh Prasetyo (2012), Kurniasih (2012), Haryanto (2013), Lestari (2013), Gunawan (2013), Utami and Jatra (2015), Suzy Widyasari, Euis Soliha, Shopiyanto Wuryan, and Lenny Dwi damayanti (2017a) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Dari beberapa penelitian sebelumnya, faktor-faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga dan kualitas pelayanan. Harga adalah sejumlah nilai yang bisa ditukarkan dengan suatu produk atau jasa yang nilainya di tetapkan oleh pembeli dan penjual melalui proses tawar menawar atau di tetapkan oleh penjual dengan satu harga yang sama terhadap semua pembeli (Kotler dan Armstrong dalam Wibowo & Priansa, 2017:117). Sehingga produk atau jasa yang bermutu jelek, penerimaan produk yang lambat bisa menyebabkan pelanggan tidak puas. Perusahaan harus menetapkan harga sesuai dengan kualitas pelayanan agar pelanggan merasa puas dan merasa tidak dirugikan. Harga terhadap kepuasan pelanggan dengan penelitian yang mendukung oleh Indah Pratiwi (2005), Hidayat, dan Firdaus (2014), Ana Fitriyatul Bilgies (2016) yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan persepsi pelanggan terhadap harga jasa tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena pelanggan membutuhkan jasa tersebut.

Kualitas pelayanan adalah bentuk maksimal sebuah produk atau jasa beserta karakteristiknya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Karena kebutuhan manusia sangat beragam, jadi perusahaan harus memberikan kualitas yang terbaik agar terciptanya rasa puas pada ke pelanggan (Russel dan Taylor dalam Wibowo, 2016: 133). Sehingga kepuasan pelanggan dapat dicapai apabila perusahaan memberikan kualitas yang baik. Pelanggan mengalami berbagai tingkat kepuasan setelah mengalami masing-masing jasa sesuai dengan sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau terlampaui. Apabila kinerja dibawah harapan maka pelanggan akan merasa tidak puas, apabila kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas. Masyarakat kini semakin kritis dalam menilai suatu kualitas pelayanan, ini disebabkan oleh semakin tingginya tingkat kesadaran akan hak untuk memperoleh fasilitas dan pelayanan sebaik-baiknya. Kepercayaan dapat dipandang sebagai unsur esensial untuk membangun hubungan. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan penelitian yang mendukung oleh Ari Prasetyo (2012), Indah dwi Kurniasih (2010), dan Anik Lestari A. (2013) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan respon pelanggan akan baik apabila mereka menerima kualitas pelayanan yang berkualitas tinggi dan sesuai harapan mereka, kepuasan pelanggan akan meningkat. Sebaliknya, jika pelanggan menerima kualitas pelayanan yang berkualitas rendah, mereka akan merasa tidak puas dengan apa yang mereka dapatkan, sehingga tingkat kepuasan pelanggan akan menurun.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui harga dan kualitas pelayanan secara simultan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Yamaha Duta Motor.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan ini yaitu metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang menggunakan jasa *service* sepeda motor yang berjumlah 243 orang dan menggunakan *probability sampling* dengan menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. Jumlah sampel yang digunakan berjumlah 60 responden. Untuk menganalisis data yang digunakan adalah Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat digambarkan oleh Tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Data

Nomor	model	T	sig	R	F
1.	Jumlah Harga	-1,575	0,121	0,126	4,091
2.	Jumlah Kualitas	2,480	0,016		

Sumber: Data di olah 2019

Hipotesis pertama, hasil uji t untuk variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara parsial. Untuk variabel harga, $t_{hitung} (-1,575) < t_{tabel} (2,00172)$, yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan tingkat signifikansi 0,121 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa harga memiliki hubungan negatif terhadap kepuasan pelanggan di Yamaha Duta Motor Lumajang. Karena harga bukan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Yamaha Duta Motor Lumajang. Hal ini dikarenakan persepsi pelanggan terhadap harga jasa tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena pelanggan membutuhkan jasa tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Indah Pratiwi (2005), Hidayat, dan Firdaus (2014), Ana Fitriyatul Bilgies (2016) yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan. Jadi penelitian ini mendukung dari hasil landasan empiris. Serta menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan positif secara parsial signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Yamaha Duta

Motor Lumajang. Karena kualitas pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi pelanggan untuk menjadi puas. kepuasan pelanggan pada Yamaha Duta Motor Lumajang dapat di ukur dari segi kualitas pelayanan *service*, dikarenakan respon pelanggan akan baik apabila mereka menerima kualitas pelayanan yang berkualitas tinggi dan sesuai harapan mereka, kepuasan pelanggan akan meningkat. Sebaliknya, jika pelanggan menerima kualitas pelayanan yang berkualitas rendah, mereka akan merasa tidak puas dengan apa yang mereka dapatkan, sehingga tingkat kepuasan pelanggan akan menurun. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Ari Prasetyo (2012), Indah dwi Kurniasih (2012), dan Anik Lestari A. (2013) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Untuk variabel kualitas pelayanan, $t_{hitung} (2,480) > t_{tabel} (2,00172)$, yang berarti H_0 di tolak dan H_a diterima. Dengan tingkat signifikansi 0,016 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki hubungan pengaruh positif secara simultan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Yamaha Duta Motor Lumajang.. Karena Hal ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan pada Yamaha Duta Motor Lumajang terjadi karena harga dan kualitas pelayanan yang tetap terjaga dan bisa bersaing dengan bengkel lainnya yang ada di Lumajang.

Berdasarkan table diatas dapat di ketahui hasil pengujian koefisien determinan (R^2) yang di peroleh sebesar 0,126. Hal ini berarti 12,6% kepuasan pelanggan pada Yamaha Duta Motor Lumajang di pengaruhi oleh variabel harga dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya yaitu 87,4% kepuasan pelanggan pada Yamaha Duta Motor Lumajang di pengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak di teliti dalam penelitian ini seperti loyalitas pelanggan dan citra perusahaan.

KESIMPULAN

Dari hasil pengujian hipotesis pertama harga dan kualitas pelayanan tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Yamaha Duta Motor Lumajang. Dari hasil pengujian hipotesis kedua harga dan kualitas pelayanan memiliki hubungan yang positif atau berpengaruh secara simultan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Yamaha Duta Motor Lumajang. Dari hasil perhitungan menggunakan SPSS 21 dapat diketahui hasil pengujian koefisien determinan (R^2) yang diperoleh sebesar 0,126. Hal ini berarti 12,6% kepuasan konsumen pada Yamaha Duta Motor Lumajang di pengaruhi oleh variabel harga dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya yaitu 87,4% kepuasan pelanggan di pengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak di teliti dalam penelitian ini seperti promosi dan citra perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Sekolah tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Atmaja, L. S. (2009). *Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Augustine, Y., & Kristaung, R. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Akuntansi*. Jakarta: PT. Dian Rakyat.
- Bilgies, A.F. (2016). Peran Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare. *EkoNIKA*, 1(1), 78-90.
- Ellitan, L., & Anatan, L. (2007). *Strategi Bersaing dalam Service Driven Economy*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Gunawan, W. T. (2013). Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Texas Chicke Manado. *EMBA*, 1(4), 2049-2058.
- Haryanto, R. A. (2013). Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran MacDonald Manado. *EMBA*, 1(4), 1465-1473.
- Kasmir. (2017). *Customer services excellent*. Jakarta: pt rajagrafindo persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*: Erlangga.
- Kurniasih, I. D. (2012). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan. *Administrasi Bisnis*, 1(1), 37-45.
- Lenzu, J. J., Massie, J. D. D., & Adare, D. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. *EMBA*, 2(3), 1237-1245.
- Lestari, A. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Word of Mouth dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Buletin ekonomi*, 11(1), 1-86.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Pratikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Nugroho, Y. A. (2011). *It's Easy Olahan Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: PT. Skripta Media Creative.
- Oei, I. (2010). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: pt gramedia pustaka.
- Prasetio, A. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kapuasan Pelanggan. *Management Analysis*, 1(4), 2-8.
- Pratiwi, E. (2005). Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan tingkat Pelayanan dan Harga Kamar Menggunakan Aplikasi Fuzzy dengan Matlab 3.5. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 4(2), 66-77.
- Riduwan. (2018). *Metode dan Teknik menyusun tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Runtunuwu, J. G., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Resto Cabana Manado. *EMBA*, 2(3), 1803-1813.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Penelitian Sumber Daya Manusia: Teori, Kuisoner, Alat Statistik, dan Contoh Riset*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2015a). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2015b). *Pelanggan Puas, Tak Cukup*: ANDI.
- Utami, I. A. I. S., & Jatra, I. M. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur. *Manajemen Unud*, 4(7), 1984-2000.
- Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *EMBA*, 3(2), 1073-1085.
- Wibowo, L. A. (2016). *Manajemen Kinerja*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Widyasari, S., Soliha, E., Wuryan, S., & damayanti, L. D. (2017a). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merk Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan. *Manajemen Bisnis Indonesia*, 5(1), 117-132.