

## PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN BENGKEL MOBIL GAG TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Harmawan Teguh Saputra<sup>1\*</sup>, Brayen Aji Pramana Putra<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Argopuro Jember

\*Email :harmawansaputra.edu999@gmail.com

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui adakah pengaruh yang ditimbulkan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebagai variable intervening pada pelanggan Bengkel GAG jember. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Peneliti mengumpulkan mengkaji dan mendeskripsikan hasil penelitian terhadap kepuasan pelanggan, metode penelitian dengan wawancara dan juga pengamatan kepada pemilik bengkel gag jember, dan juga kepada konsumen. Hasil penelitian menyatakan bahwa pelanggan merasa puas akan pelayanan yang diberikan, namun masih banyak kekurangan yang harus di tingkatkan.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan,kepuasan pelanggan

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to determine whether there is an influence that service quality has on customer satisfaction as an intervening variable for GAG Jember Workshop customers. This research uses qualitative descriptive. Researchers collected, reviewed and described the results of research on customer satisfaction, research methods using interviews and also observations of Jember Gag workshop owners, and also consumers. The research results state that customers are satisfied with the services provided, but there are still many shortcomings that need to be improved.*

**Keywords:** service quality, customer satisfaction

### PENDAHULUAN

Bengkel mobil merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang otomotif dengan menyediakan fasilitas jasa perbaikan, perawatan mobil serta penjualan sparepart dan bahan-bahan yang dibutuhkan mobil dalam kegiatan perbengkelan. Dalam menghadapi persaingan-persaingan perbengkelan yang sangat ketat pada saat ini dan masa mendatang serta kebutuhan dan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan maka bengkel GAG (gading auto garage) memberikan keunggulan atau kelebihan selaku pelaku usaha supaya mampu memberikan kepuasan kepada konsumennya,

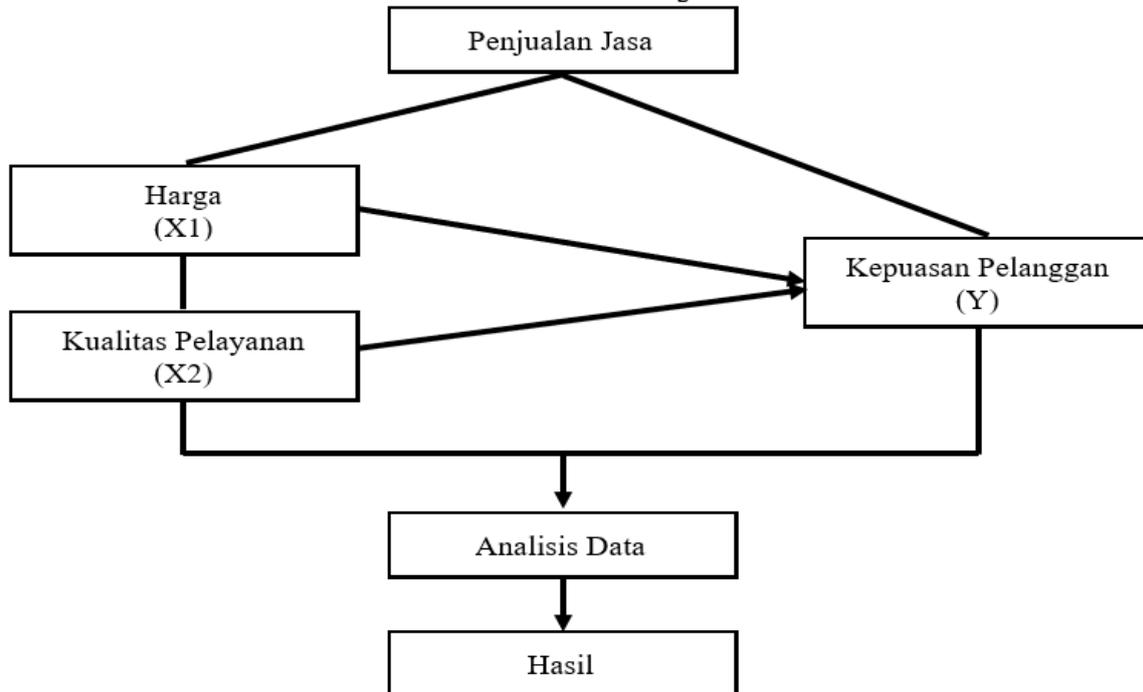
Konsumen akan merasa dirinya puas apabila pelayanan yang diberikan memuaskan dan konsumen akan merasa senang dengan karya atau kinerja dari suatu perusahaan tersebut sehingga mereka akan kembali lagi saat membutuhkan jasa dari bengkel tersebut. Bengkel mobil GAG (*Gading Auto Garage*) terletak di perumahan taman gading tegal besar jember, memiliki 3 karyawan dan dibantu oleh 1 mekanik, namun terkadang banyak anak smk Teknik otomotif yang setiap tahunnya magang di bengkel tersebut guna untuk memperdalam ilmu yang sudah didapat selama proses pembelajaran dengan langsung terjun praktek ke bengkel. Mereka akan didampingi oleh senior dari bengkel tersebut yang akan mengajarkan memperbaiki dari setiap kerusakan mobil mulai dari cara membuka dan memasang kembali secara baik dan benar, para guru juga akan melihat perkembangan setiap siswa selama 1 bulan sekali sekaligus memberikan penilaian apa yang mereka dapat selama belajar dibengkel tersebut.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dampak positif dari pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan serta keinginan untuk melakukan pembelian kembali (*re-buying*), yang tentunya akan meningkatkan pendapatan yang diterima dari produk yang telah terjual. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas, maka dengan begitu pelanggan akan merasa mendapat kepuasan tersendiri dan merasa dihargai sehingga mereka senang dan bersedia untuk menjadi pelanggan tetap.

Harga adalah satu - satunya unsur dalam berbagai unsur bauran pemasaran eceran tersebut yang akan mendatangkan laba bagi peritel. Dalam pengertian strategi harga, harga merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi kegiatan - kegiatan dalam perusahaan yang berfungsi menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Namun, hal itu seringkali terbentur pada kebijakan penetapan harga. Penetapan harga oleh perusahaan harus disesuaikan dengan situasi lingkungan dan perubahan yang terjadi terutama pada saat persaingan yang semakin ketat dan perkembangan permintaan yang terbatas. Dalam iklim persaingan yang ketat seperti sekarang ini, perusahaan harus memperhatikan faktor harga, karena besar kecilnya harga yang ditetapkan akan sangat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam bersaing dan juga mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Agar lebih kompetitif di pasar, perusahaan dapat mempertimbangkan harga pesaing sebagai pedoman dalam menentukan harga jual produknya.

Selepas dari magang di bengkel tersebut para siswa akan mendapatkan sertifikat sebagai penunjang untuk mendapatkan pekerjaan lebih mudah dan juga sebagai bukti bahwa mereka pernah melakukan magang di bengkel tersebut. Bengkel mobil gading auto garage layaknya bengkel mobil pada umumnya yang melayani servis, tune up, dan masih banyak lainnya. Namun bengkel tersebut kebanyakan yang dikerjakan adalah jenis mobil berpenggerak empat roda (*four wheel drive*) atau 4x4 seperti cheerokee, jimny dan masih banyak lainnya, bengkel tersebut juga menerima proses pembuatan dari mobil standart sampai siap dibawa di medan tempur. Tak heran jika bengkel tersebut sering dipercayai para owner untuk menyetel mesin kendaraan mereka saat akan mengikuti suatu event tertentu, kebanyakan pelanggan yang datang dari luar kota seperti malang dan jakarta. Karyawan dari bengkel tersebut berasal dari para siswa yang dulunya magang di situ dan mereka memutuskan untuk menetap atau bekerja di situ, kelemahan bengkel tersebut adalah minimnya peralatan perbengkelan, sparepart yang tersedia di bengkel tersebut masih kurang lengkap. Pengerjaan di bengkel tersebut juga masih manual sehingga pengerjaannya benar-benar maksimal namun kebanyakan memakan waktu yang cukup lama, dibandingkan dengan yang menggunakan alat canggih terkadang juga masih belum maksimal meskipun menggunakan alat yang canggih.

Gambar 1: Skema Kerangka Pikir



## RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah yang dapat diuraikan adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan?
2. Apakah harga mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan?
3. Apakah kepuasan pelanggan diukur dari kualitas pelayanan yang diberikan?

## TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengukur kepuasan pelanggan agar pengusaha atau manajemen mengerti kekuatan dari produk atau jasa yang dijual ke pelanggan. Interaksi kepada pelanggan maupun kotak saran, pelanggan mau membuat saran maupun keluhan untuk memperbaiki kesalahan mrnjadi lebih baik dan umtuk memuaskan pelanggannya.

## KAJIAN PUSTAKA

### KUALITAS PELAYANAN/JASA

Sektor layanan/jasa (*service*) dewasa ini telah mengalami peningkatan yang dramatis dibandingkan dekade sebelumnya, (Rambat Lupiyoadi, 2014). Menurut Chistopheer Lovelock (2010), “bahwa kondisi fisik lingkungan layanan yang dialami oleh pelanggan memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman layanan dan memperkuat (atau mengurangi) kepuasan pelanggan, khususnya pada jasa dengan tingkat kontak yang tinggi dan melibatkan manusia dalam prosesnya”. Sedangkan menurut Kotler & Keller (2012) yang dikutip oleh buku Fandy Tjipto (2016), bahwa mendefinisikan jasa sebagai “setiap Tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Menurut American Marketing Association (1981), yang dikutip dalam buku Supranto (2011) mendefinisikan jasa sebagai berikut: *Service are those separately identifiable, essentially intangible activities that provide wantsatisfaction, and that are not necessarily tied to the sale of a product or service. To produce a service may or may not require the use of tangible goods. However, when such use is required, there is not transfer for the title (permanent ownership) to these tangible goods.* Yang dalam Bahasa Indonesia artinya jasa adalah aktivitas yang dapat diidentifikasi secara terpisah, pada dasarnya tidak berwujud, yang memberikan kepuasan terhadap keinginan, dan tidak selalu berkaitan dengan penjualan suatu produk atau jasa. Untuk menghasilkan suatu jasa mungkin tidak memerlukan penggunaan barang-barang yang tersedia. Namun bila penggunaan tersebut diperlukan, tidak ada pengalihan hak milik (kepemilikan permanen) atas barang berwujud tersebut. Jasa/pelayanan merupakan kinerja penampilan, tidak berwujud, dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada memiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Beberapa atribut didalam dimensi ini adalah: Kecepatan tanggapan mengkonsumsi jasa tersebut. Jasa memiliki empat karakteristik utama yang membedakannya dari barang. Karakteristik jasa menurut Philip Kotler yang dikutip oleh buku Supranto, (2011) yaitu :

1. Tidak berwujud (*Intangibility*)  
Suatu jasa mempunyai sifat tidak berwujud. Tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum dibeli oleh konsumen.
2. Tidak terpisahkan (*Inseparability*)  
Pada umumnya jasa yang digunakan diproduksi (dihasilkan) akan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikendaki oleh seseorang untuk dikehendaki oleh seseorang untuk dirasakan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.
3. Bervariasi (*Variability*)  
Jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung pada siapa penyedia jasa, penerima jasa, dan kondisi dimana jasa tersebut diberikan.
4. Mudah musnah (*Perishability*)  
Daya tahan suatu jasa tergantung suatu situasi yang diciptakan oleh beberapa faktor.

## **HARGA**

Pengertian harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya. Dengan kata lain, harga adalah nilai suatu barang yang ditentukan oleh penjual. Ada juga yang mengatakan definisi harga yaitu nilai uang yang dibebankan kepada pembeli untuk memiliki manfaat dari suatu produk (barang atau jasa) yang dibeli dari penjual dan mengambil keuntungan dari harga tersebut, sedangkan konsumen mendapatkan kebutuhannya dengan membayar produk tersebut dengan harga yang ditentukan, pengertian harga menurut para ahli:

Menurut Kotler dan Armstrong (2001), pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibebankan terhadap suatu produk (barang atau jasa), atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen dan mendapatkan manfaat dari produk tersebut, Menurut Kotler (2001), pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa. Artinya, harga adalah jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa. Menurut Untoro (2010), definisi harga adalah kemampuan yang dimiliki suatu barang atau jasa, yang dinyatakan dalam bentuk uang. Menurut Ramli (2013), pengertian harga adalah nilai relatif yang dimiliki oleh suatu produk. Nilai tersebut bukanlah indikator pasti yang menunjukkan besarnya sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk.

Menurut Arifin (2007), pengertian harga adalah kompensasi yang harus dibayar konsumen demi memperoleh produk barang atau jasa.

## LOYALITAS

Tannady (2015) “Loyalitas pelanggan merupakan implikasi jangka panjang atas terciptanya customer satisfaction atau kepuasan pelanggan”. Oliver dalam Hurriyati (2010) loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Griffin (2005) loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku membeli. Ciri-ciri pelanggan yang loyal adalah orang yang : Melakukan pembelian berulang secara teratur, membeli antar lini produk dan jasa , Mereferensikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Dari beberapa pendeskripsian diatas, Loyalitas merupakan kunci kelangsungan suatu usaha yang dapat dilihat dari kesetiaan dan kepercayaan konsumen untuk menjadi pelanggan dari usaha yang dijalankan, dengan kata lain wujud loyalitas konsumen akan dibuktikan dari pembelian produk secara berulang, berani merekomendasikan kepada relasi serta tidak mudah beralih pada perilaku usaha lain yang serupa.

## KEPUASAN PELANGGAN

Menurut Cambridge international Dictionaries pelanggan adalah *a person who buys goods or a service* (seseorang yang membeli suatu barang atau jasa). Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari Bahasa latin “satis” (artinya cukup baik, memadai) dan “facio” (melakukan atau membuat). Kepuasan biasanya diartikan sebagai “Upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai” (dalam Tjiptono & Chandra, 2007) Menurut Sudaryono (2016) kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Menurut Setyobudi & Daryanto (2014) pelanggan adalah pembeli yang bergantung pada barang atau jasa yang digunakan. Menurut Richard Oliver (dalam Zeithami., dkk, 2018) kepuasan pelanggan adalah respon pemenuhan dari pelanggan terhadap suatu produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi keutuhan dan harapan pelanggan. Definisi kepuasan pelanggan menurut Kotler (2014) ialah: perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Dari definisi tersebut dapat dikatakan apabila kinerja produk tidak sesuai dengan harapan pelanggan dan bila harapan yang ditetapkan terlalu rendah, maka pelanggan tersebut akan merasa tidak puas dan berujung kecewa, jika kinerja sesuai harapan maka pelanggan akan merasa puas, namun apabila kinerja produk melampaui harapan, maka pelanggan akan merasa gembira dan sangat puas. Menurut rondonuwu dan komalig dalam jurnal Purnomo Edwin Setyo (2017) kepuasan konsumen di ukur dari sebaik apa harapan konsumen atau pelanggan terpenuhi. Menjelaskan indikator kepuasan pelanggan yaitu:

1. Terpenuhi harapan konsumen

Konsumen merasakan kepuasan akan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan dari sebuah produk barang atau jasa.

2. Merekomendasikan kepada pihak lain

Konsumen akan selalu merekomendasikan hasil pengalamannya kepada orang lain atas apa yang di peroleh dari suatu kualitas produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

3. Kualitas layanan

Dapat diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan menyampaikan untuk mengimbangi harapan konsumen.

4. Loyal

Konsumen memiliki berbagai alasan untuk tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu, yang mampu memberikan manfaat atau harapan mereka terpenuhi.

5. Lokasi

Tempat dimana perusahaan memperjual belikan produk barang?jasa yang di tawarkan kepada konsumen tertentu.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian mengumpulkan, mengkaji, dan mendeskripsikan hasil menurut harga, kualitas produk, promosi, citra merek terhadap keputusan pembelian/penggunaan jasa konsumen dengan subjek penelitian Bengkel GAG. Moleong dalam (Utama, 2022) mengemukakan bahwa penelitian yang berlatar belakang alamiah, dengan tujuan memberi penafsiran pada fenomena-fenomena yang terjadi.

Tujuan penelitian kualitatif menurut Yuswan didalam (Utama, 2022) yaitu supaya dapat memberikan deskripsi secara terperinci, serta lebih jelas dengan lebih akurat. Sehingga nantinya data yang diperoleh peneliti merupakan sebuah data deskriptif yang berisi tentang semua gejala serta fakta-fakta social dan juga arti fakta-fakta yang telah ditemukan pada saat penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif, dikarenakan pola pikir tidak mudah untuk diamati secara langsung dan tidak mudah diukur secara kualitatif (Utama, 2022).

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dan studi kepustakaan. Peneliti ini menggunakan metode analisis data Melis and Huberman, yang meliputi Langkah-langkah mengumpulkan data, mereduksi, menyajikan, dan membuat kesimpulan.

## **PEMBAHASAN**

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) bengkel GAG jember. Dalam hal ini membuktikan bahwa salah satu cara untuk memuaskan konsumen dengan cara memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Dengan adanya pelayanan yang baik, maka terciptanya kepuasan konsumen. Setelah konsumen merasa puas dengan jasa yang diterima, konsumen akan membandingkan pelayanan yang telah diberikan apabila konsumen benar-benar merasa telah puas, konsumen akan melakukan pembelian ulang dan konsumen akan bercerita kepada kerabat atau banyak orang lain untuk menggunakan jasa di tempat yang sama.

Maka dari itu, Perusahaan dari sekarang harus mempertimbangkan dengan matang betapa pentingnya pelayanan kepada konsumen melalui kualitas pelayanan karena saat ini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan hal penting dalam bertahan didunia bisnis dan memenangkan persaingan dengan competitor. Selain itu Perusahaan harus memperluas saluran untuk memperluas pasar.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sebaiknya lebih ditingkatkan pelayanan kepada konsumen, agar konsumen menimbulkan jesan tersendiri dalam melakukan jasa kepada bengkel GAG jember.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini dapat berjalan dengan lancar berkat bantuan dari semua pihak terutama kepada pemilik bengkel GAG yang sudah menerima saya magang dibengkel tersebut sehingga saya bisa melakukan penelitian ini, dan juga kepada ketua program studi manajemen dan juga kepada semua teman-teman yang telah membantu dalam penyusunan penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, H.A.M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Generasi Knalpot.  
<https://jurnal.fkip.unmul.ac.id/index.php/prospek/article/view/1321>
- Kristanto, Y.A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi A-Karsan Bandung).  
<https://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/50173/17708>
- Tampanguma, I.K. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/37955>
- Utari, P. (2019). Pengaruh Kualitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Gowata Sakti Motor.  
<http://eprints.unm.ac.id/13996/>
- Yusendra, M.A.E. (2016). Analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Bengkel PT. Sumber Trada Motor Bandar Lampung.  
<https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/jmmd/article/view/898>