

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

(Studi kasus pada bengkel service Honda CAHAYA SAKTI MOTOR

Jl. Dr. Rajiman No.657, Surakarta)



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Disusun Oleh:

ARYA ANGGATRA SETYA BUANA

B100130096

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN**

(Studi kasus pada bengkel service Honda CAHAYA SAKTI MOTOR

Jl. Dr. Rajiman No.657, Surakarta)

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

ARYA ANGGATRA SETYA BUANA

B100130096

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Pembimbing


(Basworo Diby, SE, MSi)

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

(Studi kasus pada bengkel service Honda CAHAYA SAKTI MOTOR
Jl. Dr. Rajiman No.657, Surakarta)

Oleh

ARYA ANGGATRA SETYA BUANA

B100130096

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari sabtu, 17 juni 2017

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji

1. **Drs. Wiyadi, MM, Ph.D**

(Ketua)

()

2. **Zulfa Irawati, SE, MSi**

(Sekretaris)

()

3. **Basworo Dibyo, SE, MSi**

(Anggota)

()

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Syamsudin, MM)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila kelak terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan diatas, maka akan saya pertanggung jawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 17 juni 2017

Penulis



ARYA ANGGATRA SETYA BUANA

B100130096

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi kasus pada bengkel service Honda CAHAYA SAKTI MOTOR
Jl. Dr. Rajiman No.657, Surakarta)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan bengkel Honda secara parsial maupun bersama-sama. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan populasi konsumen bengkel Honda sebanyak 100 orang konsumen, dengan sampel sebanyak 100 konsumen. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh atau total sampling. Metode pengumpulan data penelitian menggunakan kuisisioner dengan skala likert. Teknik analisis data menggunakan analisis uji instrument data, uji asumsi klasik, regresi linier berganda. Berdasarkan hasil perhitungan dari uji T, uji F, menunjukkan variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien Determinasi R^2 diperoleh hasil 0,577 artinya variabel kualitas pelayanan dan harga mampu menjelaskan terhadap variasi perubahan variabel kepuasan pelanggan sebesar 57,7%, sisanya dapat dijelaskan variabel lain yang tidak terdapat didalam model penelitian.

Kata kunci : kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan harga

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the quality of service and price to customer satisfaction partially Honda workshop or together. This type of research is a quantitative research, with the consumer population Honda workshop of 100 people consumer, with a sample of 100 consumers. Sampling technique using saturated or total sampling. Methods of collecting the data research using questionnaires with likert scale. Data analysis of the data analysis technique used test instrument, classical assumption test, multiple linear regression. Based on the results of calculations from the T test, F test, shows the quality of service and price variables together have a significant influence on customer satisfaction. Coefficient of Determination R^2 0.577 Obtained result meaning variables of service quality and price Able to explain to variation of change of the variable of customer satisfaction equal to 57.7%, the rest can be explained other variables not found in research models.

Keywords: customer satisfaction, service quality, and price

1. PENDAHULUAN

Layanan sarana transportasi bagi masyarakat telah menjadi suatu kebutuhan yang utama. Kebutuhan yang dimaksud adalah bagaimana sebuah alat transportasi dapat membantu setiap aktivitas yang dilakukan masyarakat. Semakin banyaknya usaha akan menimbulkan persaingan yang dapat memacu kreativitas dan inovasi bagi para pengusaha agar lebih bisa meningkatkan kualitas produk yang dikelolanya.

Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2001).

Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang dan jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Di samping itu, harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat dirubah dengan cepat (Tjiptono, 2008:151).

Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Hal tersebut sepaham dengan pendapat kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2005) dimana kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Band, 1991). Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dari agen yang biasanya diartikan dengan kualitas dari agen tersebut (Mowen, 1995).

Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis bengkel motor. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya bengkel-bengkel bermunculan di kota

Surakarta. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun beraneka macam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap bengkel. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola bengkel untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding bengkel-bengkel kompetitornya. Demikian juga halnya di bengkel Honda Cahaya Sakti Motor, dimana sebagai salah satu bengkel yang ada di kota Surakarta, juga memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibanding pesaing yang ada.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini mengacu pada pendekatan positif, yaitu pendekatan yang dapat memulai riset dengan hipotesis dan kemudian dilanjutkan dengan suatu pengajuan hipotesis. Berdasarkan tujuan dan permasalahan dengan suatu penelitian ini, maka penelitian ini berjenis deskripsi dan kuantitatif. Penelitian deskriptif dapat digunakan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari gejala tertentu.

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan di Bengkel Honda Cahaya Sakti Motor. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling Method* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara acak (DR. Kartini Kartono, 1990). Jadi sampel yang akan digunakan adalah sebanyak 100 orang pelanggan di Bengkel Honda Cahaya Sakti Motor.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Uji Normalitas

Tabel IV.9
Hasil Pengujian Normalitas

| Variabel | <i>Kolmogorov-Smirnov</i> | <i>Sig (2-tailed)</i> | <i>p-value</i> | Keterangan |
|--------------------------|---------------------------|-----------------------|----------------|------------|
| Undstandardized residual | 0,796 | 0,550 | $P > 0,05$ | Normal |

Sumber: data primer diolah penulis, 2017

Dari hasil perhitungan uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat diketahui bahwa *p-value* dari variabel Kualitas Pelayanan dan Harga dan Kepuasan pelanggan sebesar 0,550 ternyata lebih besar dari α (0,05), sehingga data tersebut dinyatakan memiliki distribusi normal atau memiliki sebaran data yang normal.

3.2. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel IV.12
Rekapitulasi Regresi Linier Berganda

| Variabel | Unstandardized Coefficients |
|--------------------|-----------------------------|
| (Constant) | 4,320 |
| Kualitas Pelayanan | 0,179 |
| Harga | 0,639 |

Sumber : data primer diolah penulis, 2017

Berdasarkan hasil perhitungan program komputer SPSS versi 21.00 diperoleh hasil sebagai berikut :

$$Y = 4,320 + 0,179 X_1 + 0,639 X_2$$

3.3. Uji t

Tabel IV.13
Uji t

| Keterangan | t_{hitung} | t_{tabel} | Sig. | Keterangan |
|--------------------|--------------|-------------|-------|-----------------------|
| Kualitas Pelayanan | 2,670 | 1,985 | 0,009 | ada pengaruh individu |
| Harga | 7,860 | 1,985 | 0,000 | ada pengaruh individu |

Sumber : data primer diolah penulis, 2017

- a. Pengujian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari $t_{hitung} = 2,670 > t_{tabel} = 1,985$, maka H_0 ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil

analisis ini menunjukkan hipotesis pertama yang menyatakan “Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Bengkel Honda Cahaya Sakti Motor” terbukti kebenarannya.

b. Pengujian pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari $t_{hitung} = 7,860 > t_{tabel} = 1,985$, maka H_0 ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Harga terhadap Kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis ini menunjukkan hipotesis kedua yang menyatakan “Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Bengkel Honda Cahaya Sakti Motor” terbukti kebenarannya.

3.4. Uji F

Tabel IV.14
Uji F

| F_{hitung} | F_{tabel} | Sig. | Keterangan |
|--------------|-------------|-------|------------------------------|
| 66,118 | 3,090 | 0,000 | ada pengaruh secara simultan |

Sumber : data primer diolah penulis, 2017

Dari hasil perhitungan yang diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 66,118, angka tersebut berarti F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} sehingga kedua variabel Kualitas Pelayanan dan Harga signifikan mempengaruhi Kepuasan pelanggan di Bengkel Honda Cahaya Sakti Motor secara simultan. Berdasarkan hasil analisis ini menunjukkan hipotesis ketiga yang menyatakan “Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Bengkel Honda Cahaya Sakti Motor” terbukti kebenarannya.

3.5. Uji R^2 (koefisien determinasi)

Tabel IV.15
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

| R | R^2 | Keterangan |
|----------|-------------------------|---------------------------|
| 0,760 | 0,577 | Persentase pengaruh 57,7% |

Sumber : data primer diolah penulis, 2017

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,577, hal ini berarti bahwa variabel independen dalam model (Kualitas Pelayanan dan Harga) menjelaskan variasi Kepuasan pelanggan di Bengkel Honda Cahaya Sakti Motor sebesar 57,7% dan 52,3% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain di luar model.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

- Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa nilai hasil dari t_{hitung} variabel Kualitas Pelayanan sebesar 2,670, variabel Harga sebesar 7,860 dan nilai $t_{tabel} = 1,985$, ini berarti bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan pelanggan secara individu.
- Berdasarkan uji F menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 66,118, angka tersebut berarti F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} sehingga keputusannya menolak H_0 . Dengan demikian secara simultan variabel Kualitas Pelayanan dan Harga signifikan mempengaruhi kepuasan Kepuasan pelanggan. Ini menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan pelanggan.
- Dari hasil perhitungan determinasi (R^2) sebesar 0,577, hal ini berarti bahwa variabel independen dalam model (Kualitas Pelayanan dan

Harga) menjelaskan variasi Kepuasan pelanggan di Bengkel Honda Cahaya Sakti Motor sebesar 57,7% dan 45,3% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain di luar model.

4.2 Saran-saran

Selama proses penelitian berlangsung, peneliti menemui beberapa keterbatasan yang menyebabkan penelitian ini memiliki kekurangan-kekurangan. Kekurangan-kekurangan tersebut antara lain:

- a. Penulis diharapkan mengawasi secara langsung atas pengisian jawaban atau dengan membacakannya, sehingga jawaban dari responden dapat mencerminkan keadaan yang sebenarnya.
- b. Peneliti Yang Akan Datang, diharapkan sebagai referensi bagi peneliti yang akan datang, sehingga akan menyempurnakan kekurangan-kekurangan atau kelemahan dalam hasil penelitian yang berhubungan dengan Kepuasan pelanggan dengan menambah-menambah variabel-variabel untuk melengkapinya, misalnya lokasi, promosi dan lain-lain.
- c. Bagi peneliti berikutnya diharapkan menambah obyek penelitian dan menambah sampel penelitian untuk membuktikan kembali obyek penelitian dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Band, William A. 1991. *Crafeting Value for Customer*. New York: Jhon Willey and Sons Inc.

- Ferdinand, Agusty Tae. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*, Edisi II, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Pedoman Penelitian untuk Skripsi Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghozali, Imam, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Howkins, Best dan Coney. 2001. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 1999, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 1996. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Margaretha, Moureen. 2004. Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan Pada Divisi Asuransi Kumpulan AJB Bumi Putera 1912, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Desember, Vol. III, No. 2: 289-308*.
- Marzuki. 2005. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Mowen, dkk. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid Kedua Jakarta : Erlangga
- Qin, Prybutok, dkk. 2010. Perceived service quality in fast food restaurants: empirical evidence from china. *International Journal of Quality and Reliability Management*. Volume 27 no. 4. Pp 424-437.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2001. *Perilaku Pemberian Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Rosdakarya
- Sukirno, Sadono. 2006. *Mikro Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sumarni, Murti. 2000. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, dkk. 2003. *Total Quality Managemen*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.

Tjiptono, Fandy. 2004. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.

Widiyanto, Ibnu. 2008. *Metodologi Penelitian*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.