ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BENGKEL DI CANDRA MOTOR KENCONG

Oleh:

Zainal Abidin
NIM 1210411004

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan bengkel candra motor kencong. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan jasa berdasarkan kondisi fisik (berwujud/*tangible*) pada bengkel candra motor kencong terhadap kepuasan pelanggan (2) Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan jasa berdasarkan keandalan (*reliability*) para mekanik terhadap kepuasan pelanggan dibengkel Chandra motor kencong (3) Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan jasa berdasarkan daya tanggap *(responsiveness)* karyawan bengkel Chandra motor kencong terhadap kepuasan pelanggan (4) Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan jasa berdasarkan empati *(emphaty)* karyawan bengkel Chandra motor kencong terhadap kepuasan pelanggan (5) Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan jasa berdasarkan jaminan *(*assurance*)* atas pelayanan yang diberikan bengkel Chandra motor kencong terhadap kepuasan pelanggan.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan di bengkel Candra motor Kencong,Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 60 responden adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling* yang dikombinasikan dengan teknik *puposive sampling* dengan kriteria : Pelanggan yang pernah merasakan pelayanan bengkel Candra motor Kencong minimal 2 kali disaat masa penelitian Pelanggan yang dapat memberikan informasi atau dapat berkomunikasi.

Hasil daripada penelitian ini adalah (1) diketahui bahwa F hitung lebih besar dari F tabel (43,458 > 2.39) sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh variabel bebas secara serentak berpengaruh terhadap variabel terikat. (2) Diketahui berwujud *(tangible)*, keandalan *(reliability)*, daya tanggap *(responsiveness)*, empati *(emphaty)*, dan jaminan *(assurance)* mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan (3) variabel empati *(emphaty)* berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: kualitas pelayanan,kepuasan pelanggan

ABSTRACT

Analysis Influence of quality of service to satisfaction of cutomer of workshop Candra Motor kencong" Intention of this research is (1) To know influence from quality of service activities pursuant to condition of physical (tangible) at workshop of candra motor kencong to satisfaction of customer (2) To know influence from quality of service activities pursuant to reliability mechanic to satisfaction of customer of workshop of Chandra motor kencong (3) To know influence from quality of service activities pursuant to energy listen carefully (workshop employees responsiveness) of Chandra motor kencong to satisfaction of customer (4) To know influence from quality of service activities pursuant to empathy (workshop employees emphaty) of Chandra motor kencong to satisfaction of customer (5) To know influence from quality of service activities pursuant to guarantee (assurance) of given service workshop of Chandra motor kencong to satisfaction of customer.

Population of this research is all customer in workshop of Candra motor Kencong, Because research obyek in this case Candra motor Kencong do not record-keeping to incoming customer so that the amount of unknown population its amount, Amount of sampel in this research [is] determined [by] counted 60 responder. Technique intake of sampel use the non sampling random. As for method which used in this research is combined Accidental Sampling with technique of puposive sampling with criterion : customer which have felt service of workshop of Candra motor of Kencong minimum 2 times moment a period of research of customer of which can give information or can communicate

Result of than this research [is] (1) known that F [count/calculate] bigger than F is tables of (43,458 > 2.39) so that can be taken conclusion that entire/all free variable at a time have an effect on to variable tied. (2) Known is tangible, reliability, responsiveness, empathy , and assurance have influence of signifikan to satisfaction of customer, while (3) empathy variable have an effect on dominant to satisfaction of customer

Keywords: *service quality, product quality,and customer satisfaction*

2. Pendahuluan

1. Bisnis bidang pelayanan jasa dewasa ini mengalami pertumbuhan yang semakin cepat. Semakin banyak ragam jasa yang ditawarkan pada pelanggan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Pentingnya sektor jasa ini disikapi dengan pertumbuhan industri jasa yang semakin pesat. Secara umum pelanggan mengetahui bahwa yang disalurkan produsen, bukan benda berwujud, tetapi benda tak berwujud (jasa). Sifat perusahaan yang menghasilkan jasa ialah bahwa jasa itu tidak dapat ditimbun, atau ditumpuk dalam gudang, seperti barang-barang lainnya, sambil menggunakan penjualan.
2. Penyaluran jasa kebanyakan bersifat langsung dari produsen kepada konsumen. Menurut Buchori Alma (2007), "selama ini pemasaran jasa, masih belum diperhatikan, tetapi melihat jumlah uang yang dibelanjakan untuk membeli jasa tersebut, maka produsen jasa mulai memberikan perhatian khusus. Hal ini ditambah pula dangan tingkat persaingan yang mulai ketat diantara penghasil jasa. Apabila pendapatan seseorang meningkat ada kecunderungan untuk memperbesar pengeluaran untuk membeli jasa-jasa tersebut. Oleh karena itu pemasaran jasa semakin menjadi sangat penting."
3. Setiap perusahaan yang didirikan akan senantiasa mempertahankan eksistensi kerjanya untuk mencapai suatu tingkat pertumbuhan tertentu Perusahaan tersebut berusaha merebut pangsa pasar dengan berbagai strategi pemasarannya dan pelayanannya, dengan tujuan akhir mendapatkan laba yang sebesar-besarnya dan kepuasan konsumen secara optimal.
4. Kualitas pelayanan menurut Worodiyanti (2009) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan hal yang paling mendasar dari kualitas pelayan dalam kesuksesan bersaing. kenyataannya kualitas merupakan hal yang seharusnya untuk semua ukuran dan untuk tujuan perusahaan mampu menyediakan pelayanan serta aspek lain yang melebihi dari harapan pelanggan maka kepuasan akan terjadi, tetapi sebaliknya jika perusahaan tidak dapat memenuhi pelayanan yang diharapkan pelanggan, maka dipastikan tidak akan mendapatkan kepuasan pelanggan. adalah hal yang

sangat mempengaruhi kepuasan. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat yang diterima (perceived service) dengan tingkat layanan yang diharapkan (expected service). Dampak positif dari pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan serta keinginan untuk melakukan pembelian kembali (re-buying), yang tentunya akan meningkatkan pendapat yang diterima dari produk yang telah terjual. Agar dapat bersaing bertahan 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 tersindiri dan merasa dihargai sehingga mereka senang dan bersedia untuk menjadi pelanggan tetap (Kotler,2006).

5. Salah satu bisnis pelayanan jasa adalah adalah Jasa bengkel sepeda motor atau yang biasa dengan service sepeda motor. Begkel sepeda motor merupakan salah satu usaha bidang jasa yang bergerak di sektor otomotif. Dalam prakteknya usaha ini banyak sekali macam dan fokus konsentrasinya, jika dahulu bengkel melayani semua jenis dan merk sepeda motor, saat ini bengkel sudah mulai fokus pada merek-merek dan spesialisasi jenis tertentu. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa service sepeda motor adalah Candra Motor yang berlokasi di Jl. Kartini Wonorejo Kencong Jember. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa bengkel sepeda motor ingin memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan agar dapat memuaskan dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Menyadari pentingnya kepuasan pelanggan bagi sebuah perusahaan maka perusahaan akan selalu mencari cara untuk meningkatkan kualitas pelayanannya agar bisnis yang mereka jalani dapat tetap bertahan bahkan berkembang.

Tabel 1: Pengunjung bengkel candra motor kencong

No	**Bulan**	**Tahun**	
		2015	**2016**
1.	Januari	685	1021
2.	Februari	758	1165
3.	Maret	893	1203
4.	April	769	1178
5.	Mei	759	1278
6.	Juni	889	1472
7.	Juli	891	1268
8.	Agustus	921	1154
9.	September	1026	1027
10.	Oktober	1104	1269

11.	November	1119	1168
12.	Desember	1083	1286

Sumber: bengkel candra motor kencong 2017

Berdasarkan laporan data service di candra motor kencong tahun 2016-2017 menunjukkan bahwa cenderung terjadi peningkatan penjualan setiap bulannya. Berikut ini hasil wawancara yang dilakukan kepada bengkel candra motor kencong yang berjumlah 100 pelanggan.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

Tabel 2: Hasil Wawancara Kepada bengkel candra motor kencong April – Mei 2017

No	Item	Jumlah Pelanggan		Keluhan Pelanggan
		Puas	Tidak puas	
1	Lokasi	36 (72%)	14 (28%)	Terlalu berdekatan dengan kompleks pondok pesantren
2	Kualitas Produk	11 (22%)	39 (48%)	Susu pada produk kopi susu dan cappuccino kurang terasa susunya, kentang goring potongannya kecil-kecil, dan jus buah terbatas pilihan rasanya
3	Kualitas Pelayanan	9 (18%)	41 (82%)	Penyajian terlalu lama, toilet kurang bersih, tempat duduk cadangan tidak ada
4	Harga	18 (36%)	32 (64%)	Harga kentang goreng terlalu mahal, selisish antar harga produk kopi yang tidak jelas

Sumber: Data Primer yang Diolah 2017

Pelanggan yang tidak puas dengan keluhan tersebut tentu menjadi catatan negatif yang jika tidak segera diatasi akan dapat berakibat pada menurunnya kepuasan pelanggan. bengkel candra motor kencong berusaha terus untuk meningkatkan kualitas produknya guna untuk memuaskan dan mencukupi apa yang diinginkan pelanggan, rasa yang sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga para pelanggan menjadi puas terhadap bengkel candra motor kencong.

Kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Hasil penelitian Worodiyanti dan Maspiah (2016) kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Tjiptono (2010:259) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Penelitian Runtunuwu dkk. (2014), pelanggan tidak hanya sekedar membeli produk namun sekaligus membeli layanan yang menyertainya. Pada umumnya pelanggan akan merasa senang jika dilayani dengan sopan, ramah, dengan sepenuh perhatian sehingga akan timbul kepuasan. Dengan demikian, pelayanan merupakan hal yang penting dalam menentukan kepuasan pelanggan.

Ismail (2014) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan sangat tergantung pada bagaimana tingkat kualitas produk yang ditawarkan, namun sayangnya kurangnya perhatian pada hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan dalam konteks perusahaan jasa. Penelitian Sembiring dkk. (2014) menunjukkan bahwa atribut-atribut produk mempengaruhi kepuasan nasabah. Sedangkan penelitian Ofela dan Agusti (2016) menunjukkan bahwa kinerja produk sebagaimana dipersepsikan pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sementara hasil penelitian Runtunuwu dkk. (2014) membuktikan bahwa kualitas produk diukur dari persepsi pelanggan atas tingkat kerusakan suatu produk mempengaruhi tingkat kepuasan.

Faktor harga juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen selain ditinjau dari kualitas suatu produk. Definisi harga menurut Kotler dan Amstrong (2009: 439) adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari seluruh nilai yang ditukar oleh konsumen

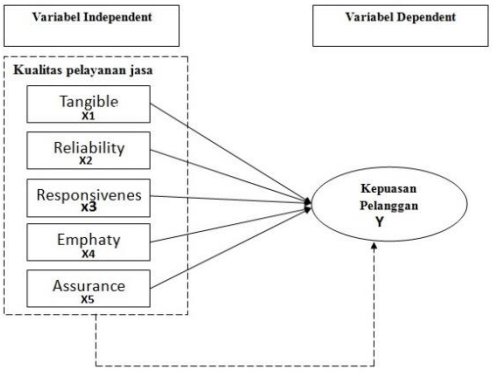
atau manfaat manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Worodiyanti dan Maspiah (2016), harga juga memainkan peranan yang penting dalam mengkomunikasikan kualitas dari jasa tersebut. Dengan kesediaan petunjuk-petunjuk yang bersifat nyata, konsumen mengasosiasikan harga yang tinggi dengan tingkat kinerja suatu produk jasa yang tinggi pula (Runtunuwu dkk., 2014).

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas,adanya peningkatan yang dialami oleh Bengkel Chandra motor kencong,perlu dilakukan analisis factor-faktor yang menyebabkan konsumen puas ketika memperbaiki kendaraan bermotornya di Bengkel Chandra motor Kencong. Oleh karena itu, Bengkel Chandra motor kencong dihadapkan pada kenyataan bahwa dalam persaingan industry yang ketat dikencong jember.

a. Apakah pengaruh dan kualitas pelanggan jasa berdasarkan kondisi fisik berwujud (tangible) terhadap kepuasan pelanggan ?
b. Apakah kualitas pelayanan jasa berdasarkan keandalan (*reliability*) para mekanik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dibengkel Chandra motor kencong?
c. Apakah kualitas pelayanan jasa berdasarkan daya tanggap *(responsiveness)* karyawan bengkel Chandra motor kencong berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
d. Apakah kualitas pelayanan jasa berdasarkan empati *(emphaty)* karyawan bengkel Chandra motor kencong berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
e. Apakah kualitas pelayanan jasa berdasarkan jaminan *(assurance)* atas pelayanan yang diberikan bengkel Chandra motor kencong berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?

6. Metode Penelitian

Dalam merancang suatu penelitian, dikenal penelitian ekploratoris dan konklusif, dimana penelitian konklusif dapat diklasifikasikan lagi atas penelitian diskriptif dan kausal. Jika dilihat dari variabelnya yaitu variabel bebas dan terikat, penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas bertujuan mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas dan terikatnya. Dengan kata lain penelitian kausalitas mempertanyakan masalah sebab akibat (Kuncoro, 2009).



Gambar 1: Kerangka Konsep Penelitian
Sumber: Dikembangkan Oleh Peneliti

Populasi ialah sejumlah penduduk atau individu yang paling sedikit mempunyai suatu sifat yang sama. Jadi populasi adalah jumlah keseluruhan dan unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga (Kuncoro, 2009). Berdasarkan pendapat ahli tersebut, populasi dalam penelitian ini adalah populasi yang menurut sifatnya merupakan populasi yang homogen. Dan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Cafe Rame-rame Jember. Sampel adalah merupakan bagian kecil dari suatu populasi. Dalam penelitian ini sampel yang diambil diharapkan dapat menggambarkan hasil yang sesungguhnya dari populasi. Dalam penelitian ini sampel yang diambil diharapkan dapat menggambarkan hasil yang sesungguhnya dari populasi (Kuncoro, 2009). Untuk menentukan ukuran sampel digunakan teknik pengambilan sampel. Penentuan pengambilan sampel tergantung pada indikator yang digunakan Arikunto (2010:146). Penentuan sampel pada penelitian yang menggunakan angket atau kuesioner ditentukan berdasarkan jumlah indikator penelitian. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5 sampai dengan 10. Penelitian ini menggunakan 18 indikator dan menggunakan faktor kali angka 5 karena indikator penelitian hanya berjumlah 18 indikator, maka jumlah sampel penelitian ini ditetapkan sebesar 18 x 5 = 90 kemudian dibulatkan menjadi 90 responden.

Alat analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Berganda
   Untuk mengetahui atau mengukur intensitas hubungan antara variabel terikat (Y) dengan beberapa variabel bebas (X), maka jenis analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda..
b. Uji F
   Uji F (F_{test}) metode dalam pengujian hipotesis dimana kegunaannya dari uji F ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.
c. Uji t
   Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun ketentuan penerimaan atau penolakan apabila angka signifikan di bawah atau sama dengan 0,05 maka H alternatif diterima dan H0 ditolak.

7. Hasil dan Pembahasan

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan estimasi regresi linier berganda dengan program SPSS versi 22,0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

No	Variabel	Koefisien Regresi
1	Konstanta	4,231
2	Kualitas Pelayanan (X_1)	0,385
3	Kualitas Produk (X_2)	0,330
4	Harga (X_3)	0,211

Sumber: Data yang Diolah 2017

Berdasarkan tabel 3 yaitu hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$\mathbf{Y = 4{,}231 + 0{,}385\ X_1 + 0{,}330\ X_2 + 0{,}211\ X_3}$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan
X_1 = Kualitas Pelayanan
X_2 = Kualitas Produk
X_3 = Harga

Dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa:

1. Konstanta = 4,231 menunjukkan besaran kepuasan pelanggan 4,231 satuan pada saat kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga sama dengan nol.
2. β_1 = 0,385 artinya meningkatnya kualitas pelayanan per satu satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,385 satuan apabila kualitas produk, dan harga sama dengan nol.
3. β_2 = 0,330 artinya meningkatnya kualitas produk per satu satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,330 satuan apabila kualitas pelayanan, dan harga sama dengan nol.
4. β_3 = 0,211 artinya meningkatnya harga per satu satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,211 satuan apabila kualitas pelayanan, dan kualitas produk sama dengan nol.

b. Uji F

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama diuji dengan menggunakan uji F. Pengujian dilakukan dengan melihat statistik F_{hitung} dengan nilai statistik F_{tabel} dan taraf signifikansi (*p-value*), jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan di bawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak. Nilai F_{tabel} didapatkan dari df_2 = n-k (90-3) sama dengan 87. Dimana n adalah jumlah sampel dan k didapatkan dari df_1 = k – 1 (4 – 1). Jadi untuk melihat F_{tabel} caranya dengan melihat tabel F baris ke 87 yaitu 2,7094.

Tabel 4: Hasil Uji F

No	Kriteria		Keterangan
1	F_{hitung} (22,118)	F_{tabel} (2,7094)	**Signifikan**
2	Nilai signifikansi (0,000)	Taraf signifikansi (0,05)	**Signifikan**

Sumber: Data yang Diolah 2017

Berdasar tabel 4 dapat dilihat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ (22,118 > 2,7094) maka kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada tingkat signifikan 5%, dalam hal ini h_0 ditolak. Sehingga, hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan terbukti kebenarannya (Ha diterima).

c. Uji t

Hipotesis dalam penelitian ini diuji kebenarannya dengan menggunakan uji parsial. Pengujian dilakukan dengan melihat statistik t_{hitung} dengan nilai statistik t_{tabel} dan taraf signifikansi (*p-value*), jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan di bawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak. Nilai t_{tabel} didapatkan dari df = n-k (90-4) sama dengan 86. Dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel penelitian. Jadi untuk melihat t_{tabel} caranya dengan melihat tabel t baris ke 86 yaitu 1,6628.

Tabel 5: Hasil Uji t

No	Variabel	Item Uji	Keterangan
		Signifikansi Hitung	
1	Kualitas Pelayanan	0,000	**Signifikan**
2	Kualitas Produk	0,001	**Signifikan**
3	Harga	0,029	**Signifikan**

Sumber: Data yang Diolah 2017

Dari tabel 5, diketahui perbandingan antara taraf signifikansi dengan signifikansi tabel adalah sebagai berikut:

1. Hasil uji kualitas pelayanan mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan t_{hitung} (4,806) > t_{tabel} (1,6628) yang berarti bahwa hipotesis kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima.
2. Hasil uji kualitas produk mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,001 dan lebih kecil dari 0,05 dan t_{hitung} (3,485) > t_{tabel} (1,6628) yang berarti bahwa hipotesis kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima.
3. Hasil uji harga mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,029 dan lebih kecil dari 0,05 dan t_{hitung} (2,220) > t_{tabel} (1,6628) yang berarti bahwa hipotesis harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima.

d. Pembahasan

Secara nyata berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa secara statistik ketiga hipotesis yang diajukan mendukung teori dan hipotesis yang diajukan. Berdasarkan hasil pengujian secara statistik, penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya bahwa kualitas pelayanan yang meliputi pesanan pelanggan segera diantar setelah membayar, pesanan sesuai dengan pesanan yang dipesan oleh pelanggan, karyawan di bengkel candra motor kencong sopan dan ramah ketika melayani pelanggan, pesanan diantar segera setelah selesai ke pelanggan dan suasana nyaman di bengkel berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kebersihan, kerapian serta kenyamanan yang dirasakan oleh pelanggan meupakan indikasi seberapa puas mereka dalam menikmati pelayanan. Pelayanan yang baik dari semua karyawan kepada pelanggan merupakan perwujudan pelayanan kepada pelanggan seperti keramahan maupun tutur kata yang baik. Tutur kata disini adalah seberapa perhatian karyawan kepada pelanggan, baik itu ketika pelanggan bertanya maupun menanggapai komplain dari pelanggan. Menurut Tjiptono (2011: 157), terdapat faktor yang mempengaruhi kualitas sebuah layanan adalah *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi expected service, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan terhantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Runtunuwu dkk (2014) dan Ofela dan Agustin (2016) yang menyatakan ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Artinya bahwa kualitas produk yang meliputi ada beragam menu yang ditawarkan, rasa produk enak dan lezat, kebersihan produk terjamin, porsi pesanan sangat pas dengan tempat atau wadah yang disiapkan, berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas memiliki arti yang sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen. Apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka konsumen cenderung akan melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk. Sebaliknya jika kualitas produk tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk sejenis lainnya. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Menurut Kotler dan Armstrong (2014:283) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Sedangkan Kotler dan Keller (2012: 143) mendefinisikan kualitas produk adalah produk atau jasa yang telah memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi menurut para ahli, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu bentuk barang atau jasa

yang diukur dalam ketingkatan standar mutu keandalan, keistimewaan tambahan, kadar, rasa, serta fungsi kinerja dari produk tersebut yang dapat memenuhi ekspansi pelanggan. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Sembiring dkk (2014) dan Ismail (2014) yang menyatakan ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan Harga terhadap kepuasan pelanggan. Artinya bahwa harga yang meliputi harga produk sangat terjangkau, kualitas produk sesuai dengan harga yang ditawarkan, harga produk yang dijual di bengkel candra motor kencong dapat bersaing dengan café sejenis, porsi yang sesuai dengan harga yang ditetapkan bengkel candra motor kencong, berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam kehidupan bisnis, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk. Sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa. Harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk, sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa. Dari kebiasaan para konsumen, strategi penetapan harga sangat berpengaruh terhadap penjualan maupun pemasaran produk yang ditawarkan. Hubungan antara harga dan kepuasan pelanggan diungkapkan pula oleh Swastha (2009:185), harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayannya. Banyak hal yang berkaitan dengan harga yang melatar belakangi mengapa konsumen memilih suatu produk yang dimilikinya. Konsumen memilih suatu produk karena benar-benar ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk tersebut, karena melihat kesempatan memiliki produk tersebut dengan harga yang lebih murah dari biasanya sehingga lebih ekonomis, karena ada kesempatan untuk mendapatkan hadiah dari pembelian produk tersebut, atau karena ingin dianggap konsumen lain bahwa tahu banyak tentang produk tersebut dan ingin dianggap loyal. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Worodiyanti dan Maspiah (2016) dan Sembiring dkk (2014), yang menyatakan ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

5. Kesimpulan dan Saran

a. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil temuan ini berarti semakin baik kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan

2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil temuan ini berarti semakin baik kualitas produk maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil temuan ini berarti semakin baik harga maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang dapat diberikan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi bengkel candra motor kencong
   a. Hendaknya perusahaan dalam upaya menjaga kepuasan pelanggan lebih menitikberatkan pada kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga, sehingga diharapkan akhirnya akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggannya.
   b. Adapun yang perlu diperhatikan oleh bengkel candra motor kencong terkait hasil penelitian meliputi:
      1) Kualitas pelayanan: berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih, percaya diri, menyapa dengan lembut, berusaha menyebutkan nama jika sudah mengenal satu sama lain, tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan sikap pembicaraan, berbicara dengan bahasa yang baik dan benar, bergairah dalam melayani dan menunjukan kemampuannya, jangan menyela atau memotong pembicaraan, mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan, dan jika tidak mampu menangani permasalahan yang ada, meminta bantuan kepada pegawai lain atau atasan.
      2) Kualitas produk: memperhitungkan nilai suatu produk tanpa adanya kekurangan sedikitpun nilai suatu produk, dan menghasilkan produk sesuai harapan tinggi dari pelanggan.
      3) Harga: Harus disesuaikan antara harga dengan kualitas produk maupun kualitas layanan yang diberikan, Harga produk terjangkau dengan daya beli calon konsumen, Harga produk yang ditawarkan harus dapat bersaing dengan harga di tempat lain, dan Harga produk sudah sesuai dengan manfaat dan nilai yang diperoleh pelanggan

2. Bagi penelitian sejenis

Bagi peneliti yang tertarik melakukan penelitian sejenis diharapkan untuk mengobservasi dan mengeksplorasi lebih jauh mengenai permasalahan-permasalahan mengenai variabel penelitian yang terdapat pada bengkel candra motor kencong pada khususnya dan objek lain pada umumnya dengan menambah variabel-variabel lain seperti *layout*, lokasi, keragaman menu dan lainnya. Dengan hasil uji koefisien determinasi mempunyai nilai koefisien yang kecil, maka penelitian selanjutnya hendaknya menambahkan variabel lain seperti *layout*, lokasi, dan keragaman menu. Selain itu juga disarankan untuk mencoba metode kualitatif dalam mendapatkan data dan informasi yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan kedelapan, Bandung: Alfabeta.

Yazid, Syafri. 2008. *Marketing mix dari 4p ditambah 3p*. Jakarta

Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.

Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi. Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.

Buchory, Achmad Herry dan Saladin Djaslim. 2010. *Manajemen Pemasaran*: Edisi. Pertama. Bandung: Linda Karya.

Engel, J.F., R.D, Blackwell, and P.W, Miniard, 1994. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.

Ghanimata, Fifyanita dan Mustafa Kamal. 2012 Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pembeli produk bandeng Juwana Erlina Semarang), *Jurnal Ekonomika dan Bisnis, Vol. 1 No. 2, 2012*

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. BP Universitas Di Ponegoro, Semarang.

Riswandhi. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah sebagai Prediktor dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Organisasi dan Manajemen, Volume 10, Nomor 2, September 2014, 179-196*

Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2009, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, jilid 2. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2014. *Principle of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kotler Phillip, Kevin Lance Keller. 2012. *Marketing Management* 14th edition. Jakarta:PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga

Lovelock, Christopher, and Jochen Wirtz. 2011. *Service Marketing, People, Technology, Strategy*. New Jersey: Prentice Hall Upper Sadle River.

Lupiyoadi, Rambat, 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba. Empat.

Hana dan Sasi Agustin. 2016. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen: Volume 5, Nomor 1, Januari 2016 ISSN: 2461-0593*

Runtunuwu, Johanes Gerardo; Sem Oroh dan Rita Taroreh. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. *Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1803-1813*

Saleh, Akhmad Muwafik. 2010. *Public Service Communication*. Malang: UMM Press.

Sembiring, Inka Janita; Suharyono dan Andriani Kusumawati. 2014. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 15 No. 1 Oktober 2014 administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id*

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, Danang. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CAPS.

Tjiptono, Fandy. 2010, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy, 2011, *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi Offset.

Worodiyanti, Novi Wahyu dan Maspiyah. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Elladerma Skin Care Malang. *e-Journal. Volume 05 Nomer 01 Tahun 2016, Edisi Yudisium Periode Juli 2016, hal 23-28*