

## **Analisis Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Sepeda Motor Di Panai Hulu**

**Hotbin Simbolon <sup>1✉</sup>, Pristiyono <sup>2</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Labuhanbatu.

### **Abstrak**

lanskap persaingan dalam bisnis jasa reparasi sepeda motor yang semakin ketat saat ini, mendorong penelitian untuk mengeksplorasi dinamika kepuasan pelanggan di bengkel sepeda motor, khususnya di wilayah Panai Hulu. Penelitian ini menyoroti pentingnya kualitas produk, harga, dan kualitas layanan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Melalui analisis data dari 100 responden yang pernah menggunakan jasa bengkel sepeda motor, hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen, yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas layanan, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pemilik usaha dan pembuat kebijakan dalam merancang strategi bisnis yang efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendukung pembangunan ekonomi regional.

**Kata Kunci:** Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, Harga, Kualitas Layanan.

### **Abstract**

The increasingly tight competitive landscape in the motorcycle repair service business today, encourages research to explore the dynamics of customer satisfaction in motorcycle repair shops, especially in the Panai Hulu area. This study highlights the importance of product quality, price, and service quality in influencing customer satisfaction. Through data analysis from 100 respondents who have used motorcycle repair services, the results of the study show that all independent variables, namely product quality, price, and service quality, have a significant effect on customer satisfaction. This study provides important insights for business owners and policy makers in designing effective business strategies to improve customer satisfaction and support regional economic development.

**Keywords:** Customer Satisfaction, Product Quality, Price, Service Quality.

Copyright (c) 2019 Nama Penulis

---

✉ Corresponding author :

Email Address :

Received tanggal bulan tahun, Accepted tanggal bulan tahun, Published tanggal bulan tahun

## **PENDAHULUAN**

Lanskap persaingan dalam bisnis jasa reparasi sepeda motor yang semakin ketat saat ini, memunculkan urgensi untuk mengeksplorasi dinamika kompleks dalam industri jasa

---

\*Penulis koresponden: alamat email penulis

otomotif, studi tentang kepuasan pelanggan di bengkel sepeda motor, khususnya di wilayah seperti Panai Hulu, memberikan peluang untuk menguji faktor-faktor penting kinerja bisnis. Pentingnya kualitas produk, strategi penetapan harga, dan kualitas layanan menjadi sangat penting ketika dianalisis melalui dampak kolektifnya terhadap kepuasan pelanggan. Latar belakang ini menjadi landasan bagi artikel ilmiah yang bertujuan membedah pengaruh-pengaruh tersebut dalam konteks geografis dan ekonomi tertentu.



**Gambar 1.** Sebaran Trasnportasi di Panai Hulu

Berdasarkan gambar di atas, diketahui bahwa jumlah sepeda motor di kecamatan panai hulu terbilang cukup banyak, yang artinya terbuka peluang usaha untuk membuka jasa perbaikan sepeda motor. Data tersebut merupakan data BPS pada tahun 2020, tentunya pada tahun 2024 jumlah sepeda motor yang dimiliki warga panai hulu telah bertambah jumlahnya secara total. Hal tersebut mendorong peneliti untuk menguji faktor-faktor yang memunculkan kepuasan konsumen terhadap bengkel sepeda motor.

Dalam bidang kepuasan konsumen di industri jasa otomotif, khususnya di bengkel sepeda motor di daerah semi-perkotaan seperti Panai Hulu, pertemuan kualitas produk, harga, dan kualitas layanan muncul sebagai serangkaian faktor penentu yang membentuk persepsi konsumen dan keberhasilan bisnis. Kualitas produk, yang mencerminkan daya tahan dan keandalan suku cadang yang digunakan dalam perbaikan, secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan memastikan umur panjang dan kinerja optimal sepeda motor, yang merupakan hal penting di wilayah di mana kendaraan tersebut sangat penting untuk perjalanan sehari-hari. Penelitian Pohan, (2022) mendukung premis bahwa kualitas produk yang lebih tinggi berkorelasi dengan peningkatan kepuasan pelanggan, terutama di sektor yang berpusat pada layanan.

Strategi penetapan harga juga sama pentingnya, karena harus mencapai keseimbangan antara keterjangkauan dan nilai yang dirasakan, sebuah dinamika yang menurut sangat penting dalam menjaga loyalitas dan kepuasan pelanggan Saputra & Bustami, (2023). Keberagaman ekonomi di Panai Hulu menjadikan hal ini sangat menantang karena dunia usaha harus memenuhi spektrum kemampuan finansial yang luas tanpa mengorbankan kualitas.

Selain itu, kualitas layanan, yang mencakup kompetensi teknis staf dan interaksi interpersonal yang mereka tawarkan, memainkan peran penting. Menurut model Service Quality (SERVQUAL) Parasuraman, Zeithaml, Berry, & Parasuraman, (1996), kualitas layanan prima, yang mencakup aspek nyata seperti ketepatan waktu dan aspek tidak berwujud seperti

kesopanan dan kejelasan komunikasi, dapat secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan. Di Panai Hulu, dimana budaya lokal dan hubungan masyarakat mempengaruhi operasional bisnis, personalisasi layanan dapat menghasilkan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, mendorong bisnis yang berulang dan rujukan dari mulut ke mulut, yang sangat penting bagi kelangsungan dan pertumbuhan usaha kecil di wilayah seperti itu. Dengan demikian, efek yang saling terkait dari ketiga faktor ini yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas layanan, Tidak hanya menentukan kepuasan langsung pelanggan namun juga, secara lebih luas, vitalitas ekonomi dan reputasi bengkel sepeda motor di wilayah semi-perkotaan.

Penelitian ini relevan karena mengatasi kesenjangan dalam literatur yang ada dengan berfokus pada wilayah geografis yang kurang dieksplorasi dengan karakteristik ekonomi dan budaya yang unik. Temuan dari penelitian ini akan memberikan wawasan tentang bagaimana usaha kecil dan menengah (UKM) di daerah semi-perkotaan seperti Panai Hulu dapat mengoptimalkan strategi bisnis mereka untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, memahami keterkaitan antara kualitas produk, harga, dan kualitas layanan dalam menentukan kepuasan pelanggan dapat membantu pemilik bisnis dan pembuat kebijakan dalam merancang intervensi yang ditargetkan untuk mendukung industri layanan otomotif lokal. penelitian ini menetapkan kerangka komprehensif untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di bengkel sepeda motor di Panai Hulu. Dengan berfokus pada kualitas produk, harga, dan kualitas layanan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi wawasan berharga mengenai praktik bisnis efektif yang meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendukung pembangunan ekonomi regional.

## METODOLOGI

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan menguji hipotesis, bersifat deduktif, dan dilandasi teori. Unit analisis dalam penelitian ini berada di level individu, yaitu konsumen. Jenis data bersifat corss-sectional. Data crosssectional merupakan jenis data yang menangkap suatu fenomena pada satu titik waktu (Sugiyono, 2018). Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diselidiki oleh peneliti (Sujarweni, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen bengkel sepeda motor di Indonesia. Sampel adalah bagian dari populasi. Sampel terdiri dari beberapa anggota yang dipilih dari populasi (Ghozali, 2011). Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen bengkel di Panai Hulu yang sudah pernah menggunakan jasa bengkel sebelumnya. Dalam penelitian ini sampel yang mengisi kuesioner adalah sejumlah 100 orang responden.

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sample penelitian ini dipilih berdasarkan beberapa kriteria sehingga menggunakan teknik penyampelan bersasaran. Penyampelan bersasaran merupakan teknik pengambilan sample berdasarkan kriteria tertentu.

Metode pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah survei. Tujuan dari survei ini adalah untuk memperoleh data yang sebanding di seluruh himpunan bagian dari sampel yang dipilih sehingga persamaan dan perbedaan dapat ditemukan (Sugiyono, 2018). Metode ini digunakan karena penelitian ini mengumpulkan data dan informasi dari sampel melalui tanggapan responden, di mana dari tanggapan responden tersebut akan diketahui deskripsi, situasi, pengetahuan, dan sikap responden (Sugiyono, 2018). Analisis regresi berganda digunakan untuk memeriksa kuatnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, maka dalam penelitian ini regresinya sebagai berikut (Sugiyono, 2018).

H1: Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan bengkel sepeda motor di Panai Hulu

H2: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan bengkel sepeda motor di Panai Hulu

H3: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan bengkel sepeda motor di Panai Hulu

## HASIL

### Uji Instrumen

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Signifikansi	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1	0,000	Valid
	X1.2	0,000	Valid
	X1.3	0,000	Valid
	X1.4	0,000	Valid
	X1.5	0,000	Valid
	X1.6	0,000	Valid
	X1.7	0,000	Valid
Harga	X2.1	0,000	Valid
	X2.2	0,000	Valid
	X2.3	0,000	Valid
	X2.4	0,001	Valid
	X2.5	0,001	Valid
Kualitas Pelayanan	X3.1	0,000	Valid
	X3.2	0,000	Valid
	X3.3	0,000	Valid
	X3.4	0,006	Valid
Kepuasan Konsumen	Y1.1	0,000	Valid
	Y1.2	0,004	Valid
	Y1.3	0,000	Valid
	Y1.4	0,000	Valid

Sumber: Data primer, 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa seluruh item yang digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini adalah valid berdasarkan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan tersebut telah valid dan dapat dilakukan analisis selanjutnya.

### Uji Reliabilitas

Suatu instrumen adalah reliabel sebagai alat pengumpul data apabila memberikan hasil yang sama terhadap suatu gejala pada waktu yang berlainan. Instrumen dikatakan reliabel, jika nilai alpha cronbach sama dengan atau di atas 0,7 atau lebih.

**Tabel 2.** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0.730	Reliabel

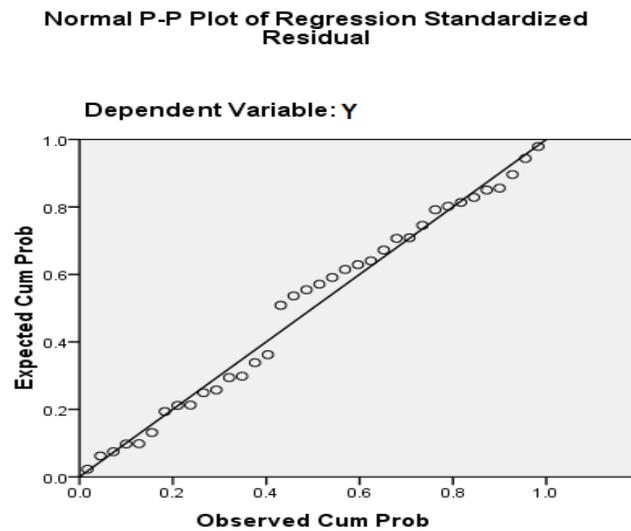
Harga	0.892	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0.888	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0.820	Reliabel

Sumber: Data primer, 2024

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa nilai alpha crobach pada variabel dependen dan independen berada di atas 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut telah reliable dan dapat dilakukan analisis selanjutnya.

### Uji Asumsi Klasik

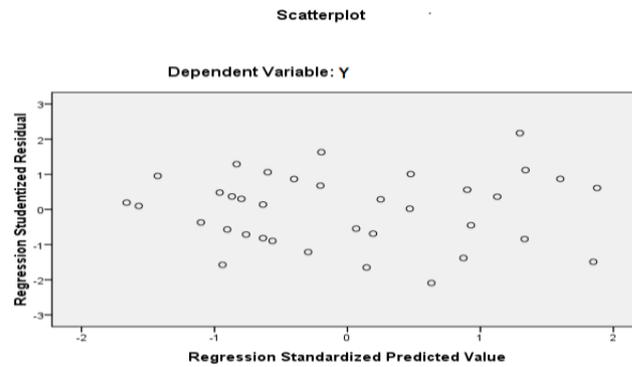
#### Uji Normalitas



Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak, Gambar 1 menunjukkan bahwa titik-titik data yang digunakan berdistribusi normal dimana titik-titik uji sisa tersebar mengikuti garis diagonal.

#### Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu kepengamatan yang lain. Uji pendeteksian heteroskedastisitas dapat pula dilakukan dengan metode grafik yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED. Hasil pengujian menggunakan metode grafik adalah sebagai berikut:



**Gambar 2.** scatter plot uji heteroskedastisitas

**Uji Multikolinearitas**

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dideteksi dari besarnya VIF (Variance Inflation Factor). Bila nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Dari hasil analisis diperoleh nilai VIF masing-masing variabel bebas seperti yang tercantum sebagai berikut:

**Tabel 3.** Hasil Uji Asumsi Multikolineritas

		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
Model							
1	(Constant)	.413	.694		.485	.877	
	Kualitas Produk	.392	.039	.472	5.892	.000	.392 2.920
	Harga	.492	.027	.562	6.920	.000	.490 2.892
	Kualitas Pelayanan	.394	.782	.924	5.922	.004	.423 2.829

a. Dependent Variable: Y

Data primer, 2024

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui variabel bebas dalam penelitian ini memiliki Variance Inflation Factor lebih kecil dari 10, sehingga dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas antara varibel bebas dalam penelitian ini.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada table berikut ini:

**Tabel 4.** Ringkasan Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Model						
1	(Constant)	.413	.694		.485	.877
	Kualitas Produk	.392	.039	.472	5.892	.000

Harga	.492	.027	.562	6.920	.000
Kualitas Pelayanan	.394	.782	.924	5.922	.004

a. Dependent Variable: Y

Data primer, 2024

Variabel terikat pada regresi ini adalah Kepuasan konsumen (Y) sedangkan variabel bebasnya adalah kualitas produk (X1), harga (X2), kualitas pelayanan (X3). Model regresi berdasarkan hasil analisis di atas adalah:

$$Y = 0,413 + 0,392X1 + 0,492X2 + - 0,394X3 + e$$

### Pengujian Hipotesis

#### Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu kualitas produk (X1), harga (X2), kualitas pelayanan (X3). secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat kepuasan (Y), Rumusan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk (X1) memiliki nilai thitung sebesar 5,892 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena thitung > ttabel (5,892 > 1,982) atau sig. t < 5% (0,000 < 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).
2. Variabel harga (X2) memiliki nilai thitung sebesar 6.920 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena thitung > ttabel (6.920 > 1,982) atau sig. t < 5% (0,000 < 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).
3. Variabel kualitas pelayanan (X3) memiliki nilai thitung sebesar 5.922 dengan signifikansi sebesar 0,002. Karena thitung > ttabel (5.922 > 1,982) atau sig. t < 5% (0,004 < 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel yang terdiri dari kualitas produk (X1), harga (X2), kualitas pelayanan (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### Uji F (Uji Simultan)

**Tabel 5.** Hasil Uji F (Uji Simultan)

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3529.942	3	859.920	292.829	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2404.249	100	7.129		
	Total	4939.294	97			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1, X2, X3

Sumber: Data primer, 2024

Dari output pengujian SPSS diatas didapatkan nilai F hitung sebesar 292.289 > dari F tabel 2,13 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel bebas yang terdiri dari (X1), harga (X2), kualitas pelayanan (X3), berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

### Koefisien determinasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.791 <sup>a</sup>	.662	.631	3.829	1.735

a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3  
b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer, 2024

Berdasarkan table di atas, dapat dilihat bahwa nilai R square yaitu 0,662 yang artinya, variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini dapat mempengaruhi variabel dependent sebesar 66%, selebihnya yaitu 34 % sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan didukung oleh reuiu literatur yang dilakukan oleh peneliti, maka didapat kesimpulan yaitu:

- Kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen bengkel sepeda motor di Panai Hulu.
- Harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen bengkel sepeda motor di Panai Hulu.
- Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen bengkel sepeda motor di Panai Hulu.

### Referensi :

- Asti, E. G., & Ayuningtyas, E. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY AND PRICE ON CONSUMER SATISFACTION). *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 01(01), 1-14.
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). Effects of price, brand, and store information on buyers' product evaluations. *Journal of Marketing Research*, 28, 307-319. <https://doi.org/10.2307/3172866>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM. Spss*.
- Jaya, U. A., & Mutiara, A. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian Pt. Shopee International Indonesia Di Kota Sukabumi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 383-392. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.231>
- Lina Sari Situmeang. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.

- Noviani, L. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Kerajinan Tikar Eceng Gondok "Liar"). *Jurnal Manajemen Danbisnis (Jumanis)*, 2(1), 2076–2086.
- Pohan, M. Y. A. (2022). *The Influence of Product Quality on Positive Word-of-mouth Communication , Case Study at Kedai Wak Edoy Malang*. 3(2).
- Rachman, D. A., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Rumah Makan Wajan Mas Kudus). *Diponegoro Journal of Social and Political Science*, 1–8.
- Sadiyah, H. (2021). Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Penentu Minat Beli Konsumen. *Implementasi Manajemen & Kewirausahaan*, 1(2), 115–125. <https://doi.org/10.38156/imka.v1i2.77>
- Saputra, A. N., & Bustami, T. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Harga, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Surya Bakery. *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate*, 2(April), 80–85.
- Saraswati, M. L., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2013). Pengaruh Desain Produk , Kualitas Produk , Dan Harga Terhadap. *Ilmu Administrasi Bisnis*, (024), 1–10.
- Shafitri, M., Aryani, L., & Nobelson. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi*, 02, 201–212.
- Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Dilengkapi Dengan Metode R&D*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi pendekatan kuantitatif*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46.