



PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL AHASS WARAKAS JAKARTA UTARA

Valencia Caroline

28199065@student.kwikkiangie.ac.id

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

rita.eka@kwikkiangie.ac.id

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

ABSTRAK

Seiring pertumbuhan populasi yang meningkat, kebutuhan pun meningkat. Salah satunya transportasi darat, khususnya sepeda motor. Konsumen pemilik sepeda motor wajib melakukan perawatan berkala agar kendaraannya tetap dalam kondisi baik, aman dan nyaman. Dikarenakan banyak konsumen yang tidak bisa melakukan perbaikan akibat minimnya pengetahuan otomotif. Konsumen akan mencari bengkel terbaik untuk memperbaiki kendaraannya guna memenuhi kebutuhan sepeda motornya. Setiap bengkel harus memberikan layanan berkualitas dan harga yang terjangkau. Objek penelitian ini adalah AHASS Warakas Jakarta Utara. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara elektronik melalui *Google Forms* kepada 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *nonprobability sampling* dan pengolahan data yang digunakan adalah dengan menggunakan *software IBMSPSS Statistics* versi 25. Hasil dari penelitian ini dapat menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah persepsi konsumen terhadap kualitas layanan AHASS Warakas baik dan persepsi konsumen terhadap harga servis AHASS Warakas terjangkau sesuai dengan kualitas pekerjaan dan manfaat yang dirasakan. Hal ini terbukti bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Saran dari penelitian ini adalah AHASS Warakas dapat mempertahankan kualitas layanan, yaitu dengan memperhatikan segala faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, dapat mempertahankan harga servis yang terjangkau sesuai dengan kualitas dan manfaat layanan serta daya saing harga untuk bersaing dipasaran.

Kata Kunci: kualitas layanan, harga, kepuasan konsumen

ABSTRACT

As population growth increases, needs also increase. One of them is land transportation, especially motorbikes. Consumers who own motorcycles are required to carry out periodic maintenance so that their vehicles remain in good condition, safe, and



comfortable. Because many consumers cannot make repairs due to a lack of automotive knowledge. Consumers will look for the best repair shop to repair their vehicle to meet their motorcycle needs. Every repair shop must provide quality service and affordable prices. The object of this research is AHASS Warakas North Jakarta. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires electronically via Google Forms to 100 respondents. The sampling technique used was the nonprobability sampling technique, and the data processing used was IBM SPSS Statistics version 25 software. The results of this study indicate that service quality and price have a positive and significant effect on customer satisfaction. The conclusion of this study is that consumers' perceptions of the quality of AHASS Warakas service are good, and consumers' perceptions of affordable AHASS Warakas service prices are in accordance with the quality of the work and perceived benefits. It is proven that service quality and price have a positive and significant effect on customer satisfaction. The suggestion from this study is that AHASS Warakas can maintain service quality, namely by paying attention to all factors that can affect consumer satisfaction, and can maintain affordable service prices in accordance with the quality and benefits of service and price competitiveness to compete in the market.

Keywords: service quality, price, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Seiring dengan pesatnya pertumbuhan penduduk, maka kebutuhan penduduk meningkat, Salah satunya adalah transportasi darat. Transportasi darat menjadi jenis transportasi yang paling sering digunakan oleh masyarakat, khususnya kendaraan sepeda motor. Dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap sepeda motor, maka semakin berkembang pula pasar kendaraan bermotor.

Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), total penjualan kendaraan sepeda motor 5.057.516 terjual sepanjang tahun 2021. Penjualan naik 38% dari tahun sebelumnya 3.660.616 unit. AISI memproyeksikan penjualan bisa 5,1 juta hingga 5,4 juta unit tahun ini. AISI menjelaskan bahwa sepeda motor Honda memiliki penjualan pasar tertinggi dengan 3.928.788 unit, diikuti Yamaha 1.063.866, Kawasaki 43.540, Suzuki 18.380, dan TVS 2.942. (<https://otomotif.antaranews.com>).

Penjualan kendaraan sepeda motor paling tinggi terdapat pada merek Honda. Hal ini menunjukkan bahwa Honda menguasai pangsa pasar di Indonesia. Meningkatnya intensitas persaingan dalam industri sepeda motor, mengharuskan setiap perusahaan dapat memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta memenuhi apa yang konsumen harapkan. Setiap perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti proses, sumber daya manusia, dan lingkungan selain barang atau jasa yang disediakan. Memberikan layanan berkualitas tinggi adalah salah satu strategi yang dapat digunakan bisnis untuk bersaing dalam pasar. Untuk mempertahankan bisnis dari persaingan yang ketat, jasa bengkel sepeda motor harus memperhatikan kualitas layanan dan harga servis.

Jasa menurut Kotler dan Keller (2016:422), adalah tindakan atau kinerja yang diberikan oleh satu pihak ke pihak lain tanpa mengakibatkan kepemilikan apa pun. Kualitas layanan dapat diketahui dengan membandingkan persepsi konsumen tentang layanan yang mereka terima dengan apa yang mereka harapkan dari layanan perusahaan. Ketika suatu layanan memenuhi atau melebihi harapan konsumen, kualitas layanan



dipandang sangat baik dan berkualitas tinggi. Sebaliknya, jika tingkat layanan lebih rendah dari yang diharapkan, dianggap tingkat kualitas layanan dipersepsikan buruk atau di bawah standar.

Kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh layanan. Layanan konsumen ditunjukkan oleh bukti fisik fasilitas dan peralatan, kehandalan petugas bengkel, daya tanggap petugas bengkel, dan jaminan layanan berkualitas tinggi. Karena kualitas layanan dan kepuasan konsumen sangat erat kaitannya, perusahaan diharuskan untuk melakukan perbaikan secara terus menerus, terutama pada kualitas layanannya. Layanan yang memuaskan bila diiringi dengan harga servis yang terjangkau, konsumen akan merasa kebutuhannya akan sepeda motor terpenuhi tanpa harus menguras biaya. Jika kebutuhan konsumen terpenuhi, mereka akan sering kembali dan bahkan dapat merujuk konsumen lain ke AHASS untuk memenuhi kebutuhan sepeda motornya. Oleh karena itu, dalam menetapkan harga servis AHASS, penting untuk mempertimbangkan semua pengaruh yang mungkin terjadi.

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2021:296), sebagai sejumlah uang yang dibayar konsumen untuk suatu barang atau jasa guna memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakannya. Kesan konsumen tentang harga memengaruhi pembelian mereka selanjutnya, apakah itu terlalu mahal, murah, atau standar. Kesan ini menciptakan nilai konsumen untuk produk atau jasa. Jika konsumen percaya bahwa suatu produk atau jasa terlalu mahal setelah membeli atau menggunakannya, maka konsumen enggan untuk kembali dan bisa jadi akan beralih ke tempat lain.

Dengan mengutamakan kualitas layanan dan harga servis yang terjangkau, akan lebih mudah bagi pelaku bisnis untuk mencapai tujuan perusahaannya yaitu mencapai keuntungan yang maksimal dengan terus meningkatkan jumlah konsumen. Salah satu faktor yang dapat membuat perusahaan tetap kompetitif dalam dunia bisnis adalah kepuasan konsumen. Konsumen memegang peranan yang sangat penting dalam peningkatan kualitas dalam bisnis yang sangat besar dan semakin kompetitif. Kepuasan konsumen adalah keinginan setiap bisnis. Namun, tidak semua perusahaan dapat mempertahankan tingkat kepuasan konsumen yang sama seperti saat dibuka. Kepuasan menurut Kotler dan Keller (2016:153), adalah tingkat kebahagiaan atau ketidakpuasan seseorang dinilai dengan membandingkan hasil produk atau jasa yang diterima dengan harapannya. Konsumen akan sangat puas jika layanan sesuai dengan harapannya. Sebaliknya jika layanan atau hasil yang diperoleh tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen menjadi tidak puas.

Konsumen yang memiliki kendaraan wajib melakukan perawatan berkala agar kendaraannya tetap dalam performa baik, aman dan nyaman. Namun, banyak konsumen yang tidak bisa melakukan perbaikan karena pengetahuan kendaraan yang minim. Oleh karena itu, konsumen perlu mencari bengkel untuk memperbaikinya. Bengkel adalah tempat yang menyediakan ruang dan peralatan untuk perbaikan kendaraan. Konsumen akan mencari bengkel terbaik untuk memperbaiki kendaraannya. Setiap bengkel harus memberikan kenyamanan bagi setiap konsumen dari segi fasilitas, tempat dan lingkungan sekitar bengkel.

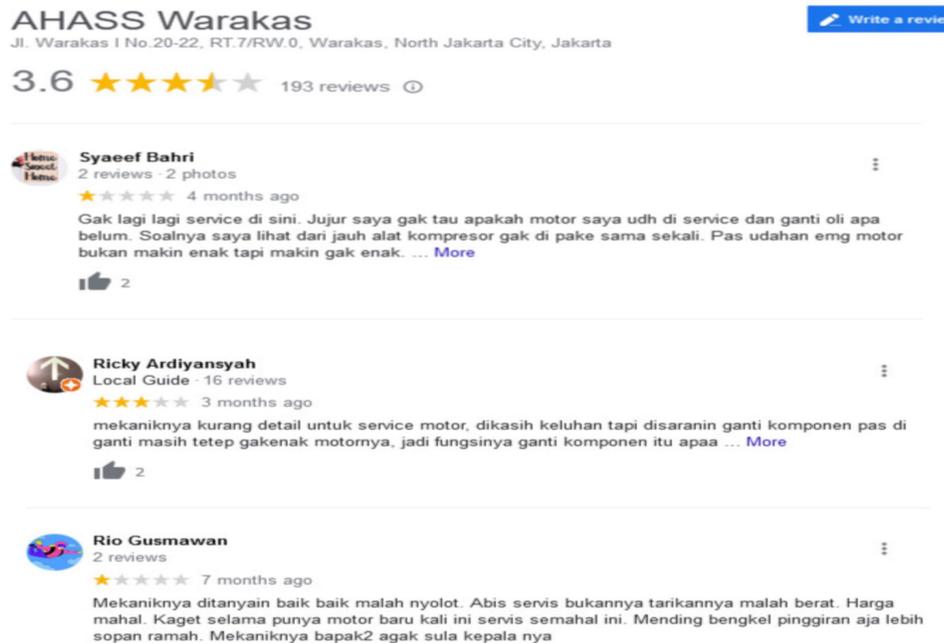
Selain penjualan kendaraan, PT Astra Honda Motor memiliki 3.645 bengkel resmi bernama *Astra Honda Authorized Service Station* (AHASS) yang tersebar di seluruh Indonesia, dimana kendaraan dilayani oleh mekanik yang terampil dan terlatih

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(https://kusanantokarasan.com). AHASS Warakas merupakan salah satu bengkel resmi sepeda motor merek Honda yang berlokasi di Jl. Warakas I no 20-22, RT.7/RW.0 Kota Jakarta Utara. AHASS Warakas merupakan salah satu bengkel dengan pengguna jasa yang cukup banyak. Namun, ada beberapa konsumen AHASS Warakas yang masih belum puas dengan layanan dan harga servis yang diberikan. Sehingga masih terjadi banyak keluhan dari konsumen dengan hasil servis yang diberikan.

Gambar 1.1

Ulasan konsumen pada Bengkel AHASS Warakas



Sumber: Google Ulasan AHASS Warakas

Berdasarkan gambar diatas, dapat diketahui bahwa masih ada konsumen yang belum puas dengan layanan dan harga servis yang diberikan AHASS Warakas. Konsumen yang puas dengan kualitas layanan AHASS cenderung loyal dan tetap menggunakan layanan AHASS, sedangkan konsumen yang tidak puas cenderung pergi ke bengkel lain yang sejenis karena dapat menawarkan layanan yang lebih baik.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel AHASS Warakas Jakarta Utara”.

A. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang dapat di ambil dari latar belakang masalah ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas layanan di AHASS Warakas?



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Bagaimana persepsi konsumen terhadap harga servis di AHASS Warakas?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di AHASS Warakas?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di AHASS Warakas?

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Batasan Penelitian

1. Obyek yang diteliti adalah AHASS Warakas Jakarta Utara.
2. Subyek yang diteliti adalah konsumen yang sedang atau pernah melakukan servis motor di AHASS Warakas Jakarta Utara.
3. Waktu periode penelitian dilakukan pada bulan Oktober 2022 – Februari 2023.

C. Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh kualitas layanan dan harga servis terhadap kepuasan konsumen pada bengkel AHASS Warakas Jakarta Utara?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas layanan di AHASS Warakas.
2. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap harga servis di AHASS Warakas.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di AHASS Warakas.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di AHASS Warakas.

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Jasa (Layanan)

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:244), Jasa adalah suatu bentuk kegiatan yang terdiri dari kegiatan, manfaat dan kesenangan yang ditawarkan untuk dijual. Sifatnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Sedangkan menurut Zeithaml et al (2018:33), layanan adalah tindakan, proses dan kinerja dari satu orang atau sekelompok orang ke orang lain. Layanan memberikan nilai tambah dalam bentuk kenyamanan, hiburan, ketepatan waktu, kemudahan atau kesehatan, yang pada dasarnya tidak berwujud perhatian konsumen pertama.

B. Pengertian Kualitas Layanan

Menurut Kotler dan Keller (2016:156), kualitas layanan adalah serangkaian fitur dan karakteristik produk atau layanan yang dapat memuaskan kebutuhan *eksplisit* atau *implisit*.

Sedangkan menurut Tjiptono (2017:180), kualitas layanan adalah nilai atau ukuran yang menunjukkan seberapa baik tingkat layanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen dan apakah layanan tersebut memenuhi kebutuhan atau harapan konsumen.

C. Pengertian Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:308), harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari



menggunakan suatu produk atau layanan.

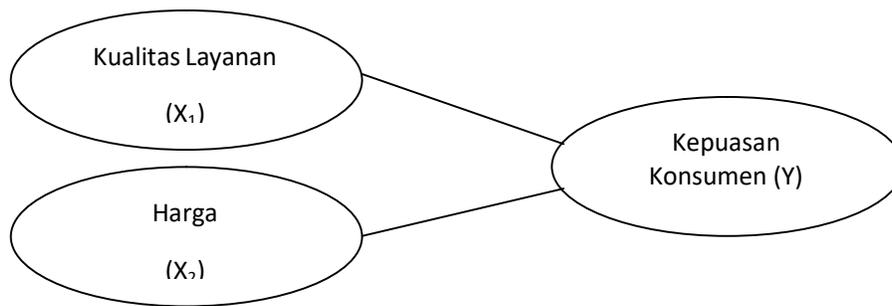
Sedangkan menurut Tjiptono (2016:24), harga adalah jumlah yang didasarkan pada nilai yang bersedia diberikan oleh seseorang atau perusahaan kepada pihak lain untuk produk atau jasa yang dimilikinya.

D. Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2016:33), kepuasan konsumen adalah suatu hal yang mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja yang dirasakan berkaitan dengan yang diharapkan. Jika hasil yang diterima jauh dari harapan, konsumen tidak puas. Begitupun sebaliknya jika hasil yang diterima sesuai dengan harapan, konsumen puas.

Sedangkan menurut Zeithaml et al (2018:80), kepuasan konsumen adalah pemenuhan konsumen. Penilaian bahwa fungsi produk atau jasa itu sendiri memberikan tingkat kepuasan tertentu yang berhubungan dengan konsumsi yang menyenangkan.

HIPOTESIS PENELITIAN



H₁: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

H₂: Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

A. Obyek Penelitian

Obyek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah AHASS Warakas Jakarta Utara. Sedangkan, subyek penelitian ini adalah konsumen yang sedang atau pernah melakukan servis sepeda motor di AHASS Warakas Jakarta Utara.

B. Teknik Sampling

Untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan penelitian, maka digunakan teknik *nonprobability sampling* sebagai metode pemilihan sampel. Sedangkan pemilihan jumlah responden ditetapkan menggunakan metode teknik *purposive sampling*, sampel dipilih sesuai dengan standar kriteria yang telah dibuat oleh peneliti.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara menyebarkan kuesioner secara elektronik melalui *Google Forms* kepada responden. Dalam penelitian ini terdapat 28 item pernyataan yang telah disusun oleh peneliti.

D. Teknik Analisis Data

Proses analisis data pada penelitian ini menggunakan program software *IBMSPSS Statistic* versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Pengujian

1. Uji Validitas

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa semua indikator pernyataan yang digunakan untuk mengukur setiap variabel, memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan untuk seluruh indikator dari Kualitas Layanan (X_1), Harga (X_2) dan Kepuasan Konsumen (Y) yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa semua item pernyataan memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ Dapat disimpulkan bahwa untuk seluruh item pernyataan dari semua masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian dinyatakan reliabel.

3. Uji Normalitas

Dari hasil penelitian, dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov diketahui bahwa nilai signifikansi dari penelitian ini $0,167 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa nilai data residual berdistribusi normal.

4. Uji Multikolinearitas

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa nilai Tolerance dari masing-masing variabel independen memiliki nilai Tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 . Dapat disimpulkan bahwa didalam model regresi ini, tidak terdapat korelasi antar variabel independen.

5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari hasil penelitian, dengan menggunakan uji statistik Glejser yang dimana nilai Sig dari masing-masing variabel memiliki nilai $> 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa didalam model regresi tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

6. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Dari hasil penelitian, dengan menggunakan uji kelayakan model (uji F) nilai Sig dari penelitian ini adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai Fhitung sebesar $63,964 > Ftabel$ sebesar 3,09. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan (X_1) dan Harga (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

7. Uji Parsial (Uji t)

a) Dari hasil penelitian, H_1 menyatakan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dapat diketahui bahwa nilai Sig Kualitas Layanan (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 6,478 > t_{tabel} 1,984$, maka H_1 diterima. Sehingga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

- b) Dari hasil penelitian yang telah disajikan pada tabel 4.16, H2 menyatakan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dapat diketahui bahwa nilai Sig Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah $0,007 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,756 > t_{tabel} 1,984$, maka H2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dari hasil penelitian yang telah disajikan pada tabel 4.17, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,560 atau 56%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh Kualitas Layanan dan Harga sebesar 56%. Sedangkan sisanya sebesar 44% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Layanan (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Dalam penelitian ini, dinyatakan bahwa Kualitas Layanan (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hasil hipotesis pada variabel ini mempertegas dan memperkuat dari penelitian sebelumnya yaitu Nur Syahfitri Ramadani (2022) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Dalam penelitian ini, dinyatakan bahwa Harga (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hasil hipotesis pada variabel ini mempertegas dan memperkuat dari penelitian sebelumnya yaitu Rahayu Mega Lestari (2021) hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Kualitas Layanan (X_1) dan Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Dalam penelitian ini, dapat dinyatakan bahwa Kualitas Layanan (X_1) dan Harga (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hasil hipotesis pada variabel ini mempertegas dan memperkuat dari penelitian sebelumnya yaitu Syaifullah (2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan pengujian hipotesis mengenai pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada bengkel AHASS Warakas Jakarta Utara, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Persepsi konsumen terhadap kualitas layanan pada bengkel AHASS Warakas baik.
2. Persepsi konsumen terhadap harga servis pada bengkel AHASS Warakas terjangkau sesuai dengan kualitas pekerjaan dan manfaat yang dirasakan.
3. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel AHASS Warakas Jakarta Utara.
4. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel AHASS Warakas Jakarta Utara.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dijabarkan, peneliti memberikan beberapa saran yang dijadikan sebagai masukan dan bahan pertimbangan terhadap penelitian ini. Adapun saran-saran bagi bengkel AHASS Warakas adalah:

1. Disarankan dapat mempertahankan kualitas layanan, yaitu dengan memperhatikan segala faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti pada saat konsumennpenerimaan layanan *service*.
2. Disarankan dapat mempertahankan harga servis yang terjangkau sesuai dengan kualitas dan manfaat layanan serta daya saing harga untuk bersaing dipasaran.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Jurnal

Arjanto, N. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt n Pepper pada PT Mitra Busana Sentosa Bintaro.

Ismail, Lidhyya. Dewanti. (2022). Pengaruh Insentif Pajak dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di SAMSAT Jakarta Barat Tahun 2021.

Jonathan, Vincent. (2021, Oktober). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WOM), Diferensiasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Knsumen AKsesoris Mobil Bermaterial Fugerglass pada Aplikasi Bukalapak. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta.

Restari, Rahayu. Mega. (2021, Agustus). Pengaruh Kualitas Aplikasi, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ahass (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Aplikasi Brompit Ahass Jombang).

Ramadhini, Nur. Syahfitri. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Shopee Pada Jasa Pengiriman Barang Sicepat Halu Di Jakarta. *Kreatif: Pemasaran, Sumber daya manusia, dan Keuangan*, 6.

Syaifulloh. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Waktu Tunggu Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bengkel Ahass Anugerah Jaya Kabupaten Sumenep.

Yulianti, R. (2022). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Kasus Pada Pengguna Grab-Bike Di Wilayah Kelurahan Kebon Bawang, Jakarta Utara).

Sumber Buku

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (12 - Buku 1 ed.). Jakarta, Salemba Empat.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Univeritas Diponegoro.

Kotler, Philip., & Keller, Kevin. Lane. (2016). *Marketing Management* (15 ed.).

Kotler, Philip., & Armstrong, Gary. (2016). *Principle of Marketing* (16 Global Edition ed.). England: Pearson Education Limited.

Kotler, Philip., & Armstrong, Gary. (2018). *Principles of Marketing* (17 ed.). London.

Kotler, Philip., & Armstrong, Gary. (2018). *Principles of Marketing* (18e ed.). United States edition: Pearson Education.

Kotler, Philip., & Keller, Kevin. Lane. (2018). *Principles of Marketing* (15 Global Edition ed.).

Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Service Marketing* (7 ed.). Newyork, United States of America: McGraw-Hill Education.

Sumber Website

[https://otomotif.antaranews.com:Penjualan sepeda motor Indonesia tumbuh 38 persen./https://otomotif.antaranews.com/berita/2641313/penjualan-sepeda-motor-indonesia-tumbuh-38-persen](https://otomotif.antaranews.com:Penjualan%20sepeda%20motor%20Indonesia%20tumbuh%2038%20persen./https://otomotif.antaranews.com/berita/2641313/penjualan-sepeda-motor-indonesia-tumbuh-38-persen). Diakses 7 November 2023.

<https://otomotif.antaranews.com:JumlahAHASSseIndonesia./https://kusanantokarasan.com/tag/jumlah-ahass-seindonesia>. Diakses 8 November 2023.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA**

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I :

Valencia Caroline

NIM

: 28199065

Tanggal Sidang : 03 April 2023

Judul Karya Akhir

: Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan

konsumen pada bengkel AHASS Warakas Jakarta Utara.

Jakarta,

12 / 04 / 2023

Mahasiswa/I

(Valencia Caroline)

Pembimbing

(Rita Eki)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Mengikuti dan menyetujui sebagian atau seluruh karya ilmiah, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

penelitian, dan/atau publikasi ilmiah yang bersangkutan, tanpa mengaitkan tanggung jawab hukum, moral, dan/atau lainnya kepada penyalin, penyalang, penyalur, atau pihak lain.

2. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

3. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

