

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
BENGKEL MOBIL AUTOPLUS KOTA SERANG BANTENNida Tiyalegina¹, Sela Novitasari²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang Serang
nidatiyalegina03@gmail.com, dosen10128@unpam.ac.id²**Abstract**

This study aims to analyze the effect of service quality and price on customer satisfaction at Autoplus Car Workshop in Serang City, Banten. Customer satisfaction is a crucial factor for service companies because it determines loyalty and business sustainability. This research employed a quantitative approach with a survey method, collecting data from 100 customers determined through purposive sampling. The data analysis techniques included validity and reliability testing, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis, with hypothesis testing carried out using the t-test and F-test. The results show that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction ($t = 13.375$; $p < 0.001$), and price also has a positive and significant effect on customer satisfaction ($t = 5.732$; $p < 0.001$). Simultaneously, service quality and price significantly affect customer satisfaction ($F = 312.954$; $p < 0.001$), explaining 86.3% of the variance in customer satisfaction (Adjusted $R^2 = 0.863$). These findings confirm that customer satisfaction in the automotive service sector is jointly shaped by high-quality service and reasonable, competitive pricing. This study offers practical implications for Autoplus Car Workshop in formulating service-improvement and pricing strategies to enhance customer satisfaction.

Keywords: *service quality, price, customer satisfaction, car workshop*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Mobil Autoplus Kota Serang, Banten. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden yang ditentukan melalui purposive sampling. Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda, dengan pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($t = 13,375$; $p < 0,001$), demikian pula harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($t = 5,732$; $p < 0,001$). Secara simultan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($F = 312,954$; $p < 0,001$) dengan kontribusi sebesar 86,3% (Adjusted $R^2 = 0,863$). Temuan ini menegaskan bahwa kepuasan pelanggan pada sektor jasa otomotif terbentuk dari kombinasi pelayanan yang berkualitas dan harga yang wajar serta kompetitif. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi Bengkel Mobil Autoplus dalam merumuskan strategi peningkatan layanan dan penetapan harga guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan, dan bengkel mobil*

Article history

Received: Juli 2026

Reviewed: Juli 2026

Published: Juli 2026

Plagiarism checker no 80

Copyright : author**Publish by : musytari**

This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Industri otomotif di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat seiring meningkatnya permintaan kendaraan pribadi dan kemudahan akses pembiayaan, sehingga kebutuhan masyarakat terhadap layanan perawatan dan perbaikan kendaraan turut meningkat [1]. Kondisi ini mendorong tumbuhnya sektor bengkel mobil di berbagai kota, termasuk Kota Serang, Banten, dengan tingkat persaingan yang semakin ketat antar penyedia jasa.

Bengkel Mobil Autoplus merupakan salah satu bengkel yang cukup dikenal di Kota Serang. Data internal perusahaan menunjukkan jumlah pelanggan yang relatif stabil dengan rata-rata 1.120 pelanggan per tahun selama periode 2020-2025, namun sempat terjadi penurunan pada periode 2022-2024 yang diindikasikan berkaitan dengan ketidakpuasan pelanggan atas layanan yang diterima. Fenomena ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan dan kebijakan harga yang diterapkan belum sepenuhnya optimal dalam memenuhi ekspektasi pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan derajat kesenangan atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan kinerja layanan yang diterima dengan harapannya, dan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan serta nilai harga yang dirasakan [1]. Dalam bisnis jasa seperti bengkel mobil, kualitas pelayanan mencakup ketepatan waktu, keahlian teknis, keramahan, dan kenyamanan fasilitas, sementara harga mencerminkan nilai moneter yang harus dikorbankan konsumen untuk memperoleh manfaat dari jasa yang digunakan [2]. Kedua faktor ini kerap sulit diseimbangkan: sebagian bengkel hanya berfokus pada harga murah tanpa memperhatikan mutu layanan, sedangkan sebagian lain menetapkan harga tinggi tanpa jaminan kualitas yang sepadan.

Berbagai penelitian terdahulu pada sektor bengkel otomotif menunjukkan hasil yang beragam. Sebagian studi menemukan bahwa kualitas pelayanan dan harga sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan [11], [12], [13], namun terdapat pula temuan yang menunjukkan bahwa pengaruh harga tidak selalu signifikan pada konteks bengkel tertentu [14]. Perbedaan hasil ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (research gap) mengenai konsistensi pengaruh kedua variabel tersebut pada objek dan konteks lokasi yang berbeda, khususnya pada bengkel mobil di Kota Serang yang belum banyak diteliti secara empiris.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan, pada Bengkel Mobil Autoplus Kota Serang, Banten. Kebaruan penelitian ini terletak pada objek kajian yang spesifik serta pembaruan data empiris terbaru yang diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi manajemen bengkel dalam merumuskan strategi pelayanan dan penetapan harga yang lebih efektif.

2. Tinjauan Pustaka

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu memenuhi ekspektasi pelanggan. Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry [4] menguraikan kualitas pelayanan ke dalam lima dimensi, yaitu bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Kelima dimensi tersebut menjadi indikator utama yang digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan terhadap mutu layanan pada penelitian ini, termasuk pada konteks jasa bengkel kendaraan bermotor [5], [6].

Harga

Harga merupakan sejumlah nilai moneter yang harus dikorbankan konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa [2]. Indikator harga dalam penelitian ini meliputi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima, serta daya saing harga dibandingkan penyedia jasa sejenis. Penetapan harga yang wajar, transparan, dan sebanding dengan mutu pelayanan diyakini mampu meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan [1], [3].

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah situasi yang ditunjukkan pelanggan ketika kebutuhan dan keinginannya terpenuhi sesuai harapan, yang diukur melalui indikator kesesuaian harapan, kemudahan memperoleh layanan, dan kesediaan untuk merekomendasikan layanan kepada pihak lain [6]. Kepuasan pelanggan berperan penting dalam membentuk loyalitas, niat pembelian ulang, serta referensi interpersonal yang berdampak langsung pada kinerja bisnis jasa [1], [2].

Kerangka Berpikir dan Hipotesis

Kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) diposisikan sebagai variabel independen yang diduga memengaruhi kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan kerangka tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut: H1: kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; H2: harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; H3: kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Mobil Autoplus Kota Serang, Banten.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang berlandaskan filsafat positivisme, bertujuan menguji hipotesis melalui analisis statistik terhadap data yang dihimpun dari sampel penelitian [8]. Penelitian dilaksanakan di Bengkel Mobil Autoplus Kota Serang, Banten.

Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan Bengkel Mobil Autoplus yang berjumlah 1.120 orang pada tahun 2025. Sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: (1) pelanggan yang telah menggunakan jasa bengkel minimal dua kali, dan (2) berusia di atas 18 tahun. Berdasarkan pertimbangan kelayakan ukuran sampel untuk model penelitian dengan kompleksitas menengah, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden.

Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert 1-5 (Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju) yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel, serta dilengkapi dengan penelaahan dokumen internal perusahaan. Instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas (korelasi Pearson Product Moment) dan uji reliabilitas (Cronbach's Alpha) sebelum digunakan untuk pengumpulan data utama.

Teknik analisis data menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS, meliputi uji asumsi klasik

(normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, uji hipotesis parsial (uji t) dan simultan (uji F), serta uji koefisien determinasi (Adjusted R^2). Kriteria pengujian hipotesis didasarkan pada nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$) serta perbandingan nilai t hitung/ F hitung terhadap t tabel/ F tabel.

4. Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan seluruh butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,195), sehingga seluruh instrumen dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,807 untuk kualitas pelayanan, 0,776 untuk harga, dan 0,763 untuk kepuasan pelanggan, yang seluruhnya berada di atas ambang 0,60 sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan: $Y = 3,063 + 0,644X_1 + 0,290X_2$. Nilai konstanta 3,063 menunjukkan tingkat kepuasan dasar pelanggan di luar pengaruh kedua variabel. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,644 dan harga sebesar 0,290 menunjukkan bahwa kedua variabel berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dengan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih dominan berdasarkan nilai koefisien beta terstandarisasi (0,697 dibanding 0,299).

Uji Hipotesis

Uji t menunjukkan variabel kualitas pelayanan memperoleh t hitung 13,375 ($> t$ tabel 1,984) dengan signifikansi $< 0,001$, sehingga H_1 diterima: kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel harga memperoleh t hitung 5,732 ($> t$ tabel 1,984) dengan signifikansi $< 0,001$, sehingga H_2 diterima: harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Uji F menunjukkan F hitung sebesar 312,954 ($> F$ tabel 3,09) dengan signifikansi $< 0,001$, sehingga H_3 diterima: kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,863 menunjukkan bahwa 86,3% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan harga, sedangkan 13,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Pembahasan

Pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sejalan dengan temuan Livia dan Hendratmoko [11] yang menegaskan bahwa keandalan, daya tanggap, dan profesionalisme teknisi menjadi faktor utama pembentuk kepuasan pada sektor jasa otomotif, serta selaras dengan Tooy [13] yang menemukan kualitas pelayanan berpengaruh dominan pada sektor jasa. Ketepatan waktu servis, transparansi informasi, serta keramahan staf menjadi aspek yang paling diperhatikan pelanggan Bengkel Mobil Autoplus.

Pengaruh positif harga terhadap kepuasan pelanggan konsisten dengan temuan Putra dan Sari [12] bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa perawatan kendaraan, khususnya ketika harga dipersepsikan wajar dan transparan, serta sejalan dengan Tooy [13]. Hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan Bengkel Mobil Autoplus menilai harga yang ditetapkan telah sepadan dengan manfaat dan kualitas layanan yang diterima.

Secara simultan, kualitas pelayanan dan harga terbukti menjadi determinan kuat kepuasan pelanggan, sejalan dengan temuan Livia dan Hendratmoko [11] serta Putra dan Sari [12] pada sektor jasa otomotif. Temuan ini menegaskan bahwa kepuasan pelanggan tidak ditentukan oleh satu faktor tunggal, melainkan oleh kombinasi pelayanan yang berkualitas dan harga yang wajar serta kompetitif.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($t = 13,375$; $p < 0,001$), harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($t = 5,732$; $p < 0,001$), serta kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($F = 312,954$; $p < 0,001$) dengan kontribusi sebesar 86,3%. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan penetapan harga yang wajar, transparan, dan kompetitif merupakan strategi kunci bagi Bengkel Mobil Autoplus dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Secara praktis, disarankan agar Bengkel Mobil Autoplus meningkatkan daya tanggap karyawan melalui pelatihan dan SOP layanan yang lebih jelas, melakukan evaluasi struktur harga secara berkala agar tetap terjangkau tanpa mengurangi kualitas, serta mengoptimalkan aksesibilitas dan sistem antrean layanan. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah responden (100 orang), cakupan objek tunggal, serta variabel yang terbatas pada kualitas pelayanan dan harga. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti kepercayaan, citra merek, atau kualitas hubungan pelanggan, serta memperluas cakupan objek dan metode penelitian guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Tjiptono and A. Diana, *Pemasaran*, ed. terbaru. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2022.
- [2] P. Kotler, H. Kartajaya, and I. Setiawan, *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Hoboken: John Wiley & Sons, 2021.
- [3] R. Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat, 2021.
- [4] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, "SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality," *Journal of Retailing*, vol. 64, no. 1, pp. 12-40, 1988.
- [5] V. A. Zeithaml, M. J. Bitner, and D. D. Gremler, *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, 7th ed. New York: McGraw-Hill Education, 2020.
- [6] F. Tjiptono and G. Chandra, *Service, Quality, and Customer Satisfaction*, 5th ed. Yogyakarta: Andi, 2020.
- [7] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th ed. London: Pearson Education, 2020.
- [8] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, edisi revisi. Bandung: Alfabeta, 2019.
- [9] A. Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014.
- [10] M. A. Firmansyah and Dede, *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish, 2022.
- [11] R. Livia and D. Hendratmoko, "Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan bengkel otomotif," *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Manajemen*, vol. 8, no. 2,

pp. 145-156, 2024.

[12] R. A. Putra and D. P. Sari, "Pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa otomotif," *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol. 10, no. 1, pp. 55-66, 2023.

[13] R. F. Tooy, "Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada industri jasa," *Jurnal Aplikasi Manajemen*, vol. 23, no. 1, pp. 88-99, 2025.

[14] A. Nugraha, I. Idayati, D. Rimbano, R. Hidayatullah, N. R. Amanda, S. Sundari, R. I. Miftahussilmi, and D. Rumita, "Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Tunas Auto Graha," 2024.

[15] N. Larasati and R. Wediawati, "Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Dimas Servis Tenggarong," *Jurnal Aplikasi Manajemen*, vol. 23, no. 1, pp. 77-89, 2025.