ARTIKEL

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DESAIN PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BENGKEL BAGONK PAINTWORK KEDIRI

Oleh:

HENI FREDYANTI

13.1.02.02.0517

Dibimbing oleh :

1. **Dr. Lilia Pasca Riani, M.Sc.**
2. **Sigit Ratnanto, S.T., M.M.**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN 2018

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Heni Fredyanti
NPM	: 13.1.02.02.0517
Telepun/HP	: 085851659013
Alamat Surel (Email)	: hffree@yahoo.co.id
Judul Artikel	: PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DESAIN PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BENGKEL BAGONK PAINTWORK KEDIRI
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64112

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;

b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 6 Febuari 2018
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dr. Lilia Pasca Riani, M.Sc. NIDN : 0718048502	Sigit Ratnanto, S.T., M.M. NIDN : 0706067004	Heni Fredyanti NPM : 13.1.02.02.0517

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DESAIN PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BENGKEL BAGONK PAINTWORK KEDIRI

HENI FREDYANTI
13.1.02.02.0517
Ekonomi - Manajemen
hffree@yahoo.co.id
1. Dr. Lilia Pasca Riani, M.Sc. 2. Sigit Ratnanto, S.T., M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Perkembangan industri *airbrush* di Indonesia mampu menjadikan sebuah peluang usaha atau bisnis yang menjanjikan, antara sesama pelaku usaha yang memberikan pengalamannya dan mendorong pertumbuhan perekonomian di Indonesia melalui industri kreatif.Sesuai dengan tren yang ada di dunia modifikasi otomotif, bengkel-bengkel penyedia airbrush dituntut untuk agresif dalam memenuhi keinginan pelanggan bengkelnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, desain produk, dan harga secara simultan dan parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Bengkel Bagonk Paintwork Kediri). Penelitian ini menggunakan teknik pendekatan kuantitatif. Sampel diambil sebanyak 40 responden yakni pelanggan yang menggunakan jasa Bengkel Bagonk Paintwork Kediri. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis linear berganda dengan *software SPSS for windows 20.0.*

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) kualitas pelayanan, desain produk, dan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Bagonk Paintwork Kediri, (2) kualitas pelayanan, desain produk, dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Bagonk Paintwork Kediri. Adapun implikasi teoritis yaitu menjadi referensi dan masukan yang bermanfaat bagi pemilik Bengkel Bagonk Paintwork Kediri untuk meningkatkan kualitas pelayanan, meningkatkan desain produk yang semakin inovatif, serta menjaga harga agar tetap stabil sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Bengkel Bagonk Paintwork Kediri.

Berdasarkan simpulan hasil penelitian, maka penulis menyarankan hendaknya pengusaha jasa pengecatan body kendaraan Bagonk Paintwork dalam meningkatkan kepuasan pelanggan lebih menitik beratkan pada kualitas pelayanan, desain produk, dan harga. Dilihat dari kuesioner yang telah diisi oleh pelanggan Bengkel Pengecatan Bodi Kendaraan Bagonk Paintwork tersebut diperoleh data bahwa konsumen akan melakukan penjualan dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada pelanggan yang baik, desain produk yang inovatif serta menjaga harga agar tetap stabil, sehingga dengan demikian dengan kualitas pelayanan yang baik, desain produk yang inovatif, serta tetap menstabilkan harga akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Bengkel Pengecatan Bodi Kendaraan Bagonk Paintwork.

KATA KUNCI : Kualitas Pelayanan, Desain Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan Bengkel Bagonk Paintwork Kediri.

I. LATAR BELAKANG

Dalam era globalisasi sekarang ini, seiring dengan adanya era perdagangan bebas yang menyebabkan kegiatan dunia bisnis semakin terbuka dan kompetitif. Hal ini mendorong para pelaku bisnis untuk melalukan suatu usaha yang inovatif dan kreatif yang bergerak dibidang produk maupun jasa. Dimana kinerja produk (barang dan jasa) yang mereka tawarkan agar memiliki keunggulan daya saing, baik di pasar lokal maupun pasar global. Perkembangan industri *airbrush*di Indonesia mampu menjadikan sebuah peluang usaha atau bisnis yang menjanjikan, antara sesama pelaku usaha yang memberikan pengalamannya dan mendorong pertumbuhan perekonomian di Indonesia melalui industri kreatif.

Tren *airbrush*di Indonesia saat ini makin popular dan makin diminati berbagai kalangan masyarakat khususnya anak muda sekarang. Kepopularan ini dimulai dari hobi para modifikator ot 1 yang mulai mengeksplorasi tampilan cat bodi pada kendaraan. Hubungan modifikasi motor-mobil dan*airbrush* menjadi erat. Hal ini membuktikan bahwa kebutuhan seni di masyarakat telah merambah ke area otomotif. Walau sebagian besar masyarakat Indonesia mengenal *airbrush* melalui perkembangan dunia modifikasi otomotif. Hingga kini *airbursh* digunakan dalam produksi masal dipabrik-pabrik untuk pengecetan mobil, motor, mainan, dll. Sesuai dengan tren yang ada di dunia modifikasi otomotif, bengkel-bengkel penyedia airbrush dituntut untuk agresif dalam memenuhi keinginan pelanggan bengkelnya.

Menurut Tjiptono (2015:78) “Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga kompetitif.Dengan semakin banyaknya produsen yang menawarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan semakin banyak.”

Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan *value* dari pemasok, produsen atau penyedia jasa. *Value* ini bisa berasal dari produk, pelayanan, atau sesuatu yang bersifat emosional. Jika pelanggan

mengatakan bahwa *value* adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan terjadi jika pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas. Jika *value* bagi pelanggan adalah kenyamanan, maka kepuasan akan datang jika pelayanan yang diperoleh benar-benar nyaman. Sejumlah riset menunjukkan bahwa dimensi, atribut atau faktor yang digunakan konsumen dalam mengevaluasikepuasan/ketidakpuasannya terhadap produk dan jasa cenderung berbeda. Untuk konteks produk, faktor yang kerapkali digunakan meliputi: kinerja (*performance*), fitur (*features*), keandalan (*reliability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), daya tahan (*durability*), *serviceability*, estetika, dan persepsi terhadap kualitas (*perceived quality*). Sementara itu dalam mengevaluasi jasa, konsumen umumnya menggunakan beberapa atribut atau faktor berikut: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati.

Pelayanan adalah faktor penting dan utama dalam sebuah usaha di bidang jasa dimana pelanggan akan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik. Akan tetapi pelanggan akan pergi apabila pelayanan yang diberikan tidak memuaskan. Selain itu, dengan didukung fasilitas yang lengkap dan memenuhi syarat serta harga yang terjangkau, maka tentulah hal tersebut akan membuat pelanggan merasa terpuaskan.

Menurut Lovelock (2010;152) mendefinisikan bahwa “Fokus pemasaran terhadap kualitas pelayanan adalah jelas. Rendahnya kualitas akan menempatkan perusahaan pada kerugian kompetitif, berpotensi mengusir pelanggan yang tidak puas”.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Permana (2013) juga berpendapat bahwa “Kualitas pelayanan dapat dilihat dari kemampuan para tenaga penjualnya, karena tenaga penjual merupakan ujung tombak keberhasilan suatu perusahaan dimana mereka yang langsung berhadapan dengan konsumen. ”Pada saat sekarang semakin banyak perhatian yang diberikan perusahaan hal ini disebabkan karena kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan mempunyai konstruksi hubungan

yang nyata dan ada hubungan sebab akibat antara keduanya.

Desain produk merupakan salah satu aspek pembentuk citra produk. Perusahaan juga semakin menyadari pentingnya nilai pemasaran dari desain produk, terutama desain penampilannya. Pemilihan warna yang tepat merupakan keuntungan tersendiri bagi pemasaran suatu produk. Ketepatan manajemen dalam memilih warna apa yang sesuai serta kapan harus mengganti warna produk. Desain dalam produk industri yang sering disebut dengan desain kerekayasaan (*engineering design*) telah lama diakui dalam pemasaran disertai desain penampilan produk mempunyai peran penting dalam pemasaran. Desain produk yang baik dapat meningkatkan pemasaran produk dalam berbagai hal, misalnya dapat mempermudah operasi pemasaran produk, meningkatkan nilai kualitas dan keawetan produk dan menambah daya penampilan produk. Seringkali desain yang efektif juga bisa membantu penghematan dalam biaya pembuatan produk. Dengan demikian perbaikan secara bertahan desain produk akan mendorong peningkatan kepuasan konsumen karena konsumen memerlukan perubahan-perubahan desain produk sehingga konsumen merasakan harapan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan dapat terpenuhi.

Menurut Saladin (2008:95) menyatakan bahwa harga adalah "sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen". Hal tersebut merupakan aspek yang tampak jelas *(visible)* bagi para pembeli, bagi konsumen yang tidak terlalu paham hal-hal teknis pada pembelian jasa, seringkali harga menjadi satu-satunya faktor yang bisa mereka pahami, tidak jarang pula harga dijadikan semacam indikator untuk kualitas jasa.

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang seringkali dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalammelakukan pembelian. Harga merupakan salah satu atribut penting yang dievaluasi oleh konsumen sehingga manajer perusahaan perlu benar-benar memahami peran tersebut dalam mempengaruhi sikap konsumen. Harga sebagai atribut

dapat diartikan bahwa harga merupakan konsep keanekaragaman yang memiliki arti berbeda bagi tiap konsumen, tergantung karakteristik konsumen, situasi dan produk. Dengan kata lain, pada tingkat harga tertentu yang telah dikeluarkan, konsumen dapat merasakan manfaat dari produk yang telah dibelinya.

Bengkel Pengecatan Bodi Kendaraan Bagonk Paintwork merupakan usaha yang bergerak dibidang modifikasi otomotif dan berdiri sejak 2012. Banyaknya pesaing tidak menghalangi Bengkel Bagonk Paintwork untuk tetap bertahan, bahkan mampu berkembang pesat hingga saat ini.Bengkel Bagonk Paintwork memiliki 6 karyawan yang khusus melayani jasa pengecatan bodi mobil, motor, bak truk, serta pengecatan modifikasi pada helm yang mengikuti selera anak muda masa kini. Pelayanan yang diberikan oleh pemilik usaha adalah untuk membangun dan mempererat hubungan baik dengan pelanggan. Pemilik usaha harus mengetahui bagaimana cara melayani konsumen dengan baik agar jasa yang ditawarkan menjadi lebih menarik sehingga konsumen tertarik untuk menggunakan jasa tersebut.

Bengkel Bagonk Paintwork yang bergerak dibidang pengecatan bodi kendaraan dan berlokasi di Desa Burengan Kecamatan Pesantren Kota Kediri merupakan lokasi yang ingin diteliti oleh peneliti. Peneliti melihat,bahwa tingkat kepuasan pelanggan Bengkel Bagonk Paintwork yang tinggi, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor penyebab tingginya tingkat kepuasan pelanggan.

Dalam studi awal tersebut, peneliti berusaha mendapatkan informasi yang lebih dalam mengenai faktor-faktor tersebut dan menemukan fakta bahwa bengkel tersebut memiliki potensi untuk berkembang lebih pesat dimasa yang akan datang. Hal ini dilihat dari kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, banyak konsumen yang merasa puas dengan desain produk yang sangat inovatif dan menarik. Selain itu, harga yang diberikan oleh bengkel tersebut yang terjangkau sehingga pelanggan tak hanya puas dengan dengan pelayanan bengkel, hasil desain produk, tetapi juga puas dengan

harga yang diberikan. Berikut data yang didapat saat studi awal:

Tabel 1.1
Jumlah Pesanan yang Diterima Bengkel Bagonk Paintwork Kediri Bulan Juli – September 2017

No	Bulan	Jenis Barang			Jumlah
		Helm dan Sangkar Burung	Bodi Mobil dan Motor	Bodi Truk	
1	Juli	8	5	2	15
2	Agustus	14	9	3	26
3	September	20	7	3	30
Data bulan Juli – September				**Jumlah**	**71**

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2017

Dari tabel 1.1 menunjukkan bahwa pada bulan Juli – Septembet 2017, jumlah pesanan yang diterima Bengkel Bagonk Paintwork sebanyak 71 unit. Dan terjadi peningkatan jumlah pesanan tiap bulan. Hal ini merupakan suatu keutungan bagi Bengkel Pengecatan Bodi Kendaraan Bagonk Paintwork. Kuat dugaan penyebab banyaknya pesanan yang diterima disebabkan oleh kualitas pelayanan, desain produk yang baik dan inovatif, serta harga yang lebih terjangkau usaha bengkel tersebut mampu menanggapi setiap keluhan dari konsumen dan bersedia memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan, desain produk, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di bengkel Bagonk Paintwork Kediri. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul : **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Desain Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Bagonk Paintwork Kediri".**

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sehingga analisis data dilakukan secara statistik. Hal ini sesuai pendapat Sugiyono (2014:53) yang mengatakan bahwa sebagai metode penelitian pendekatan kuantitatif didasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatis/statistik, dengan tujuan

untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Teknik yang digunakan adalah survey. Menurut Sugiyono (2014:56) metode kausal merupakan "hubungan yang bersifat sebab akibat, jadi disini ada variabel independen (mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi). Metode kausal berguna untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lain atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Metode kausal dalam penelitian ini yaitu hubungan antara variabel independen (kualitas pelayanan, desain produk, dan harga) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan).

Menurut Sugiyono (2014:115), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karateristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan konsep di atas dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang mempunyai sifat-sifat sama. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Bengkel Bagong Paintwork Kediri pada periode Juli – September 2017 dan jumlah populasi belum diketahui.

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2014:122) *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih resperentatif. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 orang yang respondennya yaitu pelanggan di Bengkel Bagonk Paintwork Kediri. Adapun penentuan jumlah sampel yang dikembangkan oleh *Rescoe* dalam Sugiyono (2014:128) yaitu, bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan korelasi atau regresi berganda, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali variabel yang diteliti, dalam penelitian ini ada 4 variabel (independen dan dependen), maka

jumlah anggota sampel 10 x 4 = 40 orang dengan kriteria pengambilan sampel yaitu pelanggan Bengkel Bagonk Paintwork Kediri berjenis kelamin laki-laki dan perempuan dengan rentang usia 20 – 40 tahun, dan yang sudah pernah menggunakan jasa bengkel tersebut minimal 3x.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan, desain produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Bagonk Paintwork Kediri, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Pengecatan Bodi Kendaraan Bagonk Paintwork. Sehingga dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik maka kepuasan pelanggan akan tercapai.
2. Ada pengaruh yang signifikan antara desain produk terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Pengecatan Bodi Kendaraan Bagonk Paintwork. Sehingga dengan memberikan desain produk yang inovatif maka kepuasan pelanggan akan tercapai.
3. Ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Pengecatan Bodi Kendaraan Bagonk Paintwork. Sehingga dengan memberikan harga yang stabil maka kepuasan pelanggan akan tercapai.
4. Ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan, desain produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Pengecatan Bodi Kendaraan Bagonk Paintwork. Sehingga dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan, pengembangan desain produk, dan kestabilan harga dengan baik maka kepuasan pelanggan akan tercapai.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Adisaputro, Gunawan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. UPP STIMYKPN.

Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung:Alfabeta.

Djaslim, Saladin. 2008. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan,*

Pelaksanaan, dan Pengendalian. Bandung : Linda Karya.

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.* EdisiDelapan. Yogyakarta: Badan Penerbit BPFE.

Haromain, Imam dan Heru Suprihhadi. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bengkel AHASS Z618 Surya Agung Motor Bangkalan Madura.* Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, (online). Tersedia : imamharomain17@yahoo.com. Diunduh 9 November 2017

Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin, LK. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua BelasJilid 1. Jakarta: Erlangga.

Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Limakrisna, Nanda dan Purba, PP 2017. Edisi dua. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta : Erlangga.

Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry. 2010. *Pemasaran JasaManusia, Teknologi, Strategi.* Jilid 1 Edisi ke Tujuh, Jakarta: o Persada.

Erlangga.

Permana, Made Virma. 2013. *Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui KualitasProduk Dan Kualitas Layanan Dealer Toyota Di Semarang*. JurnalDinamika Manajemen, (online). Tersedia : http://journal.unnes.ac.id/nju/index.hp/jdm. Diunduh 23 April 2017.

Rachman, Fatchur dan Tri Yuniati. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, danLokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen, (online). Tersedia : *days.attack@gmail.com.* Diunduh 15 November 2017.

Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D.* Bandung:Alfabeta

Tjiptono, Fandy dan Diana A. 2016. *Pemasaran Esensi dan Aplikasi.* Edisi satu.Yogyakarta : Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi Empat. Yogyakarta: AndiOffset.

Umar, Husein. 2000. *Metode Penelitian Untuk Skripsi, dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT. Raja Grafind