



Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hirotito Motor Sudirman

Winda Kurniasih^{1*}, Made Putri Ariasih²

¹⁻²Program Studi S1 Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Indonesia

e-mail: winda.kurniasih@student.undiksha.ac.id¹, mariasih@undiksha.ac.id²

*Penulis Korespondensi: winda.kurniasih@student.undiksha.ac.id

Abstract. *This study aims to analyze the influence of price and service quality on customer satisfaction at the Hirotito Motor Sudirman Workshop in Buleleng Regency. Motorcycle repair shops face increasingly fierce competition, therefore, it is crucial for workshop owners to understand what makes customers happy so that they keep coming back. A quantitative method based on an associative approach was used in this study. To collect data, 150 clients who had previously used the workshop's services were given a questionnaire. Statistical methods such as multiple linear regression, classical assumption tests, and descriptive statistics were used to analyze the data. The findings describe that "price has a positive and significant effect on customer satisfaction, indicating that fair and transparent pricing can increase satisfaction. Service quality also has a positive and significant effect on customer satisfaction and has a more dominant influence than price." These findings explain that service experience is a key aspect in shaping customer satisfaction. The implications of this study emphasize the importance of consistently improving service quality and determining appropriate prices so that customer satisfaction can be continuously improved.*

Keywords: *Automotive Industry; Customer Satisfaction; Price; Service Quality; Workshop Service.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan “untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Hirotito Motor Sudirman di Kabupaten Buleleng.” Bengkel reparasi sepeda motor menghadapi persaingan yang semakin ketat, oleh karena itu, sangat penting bagi pemilik bengkel untuk mengetahui apa yang membuat pelanggan senang agar pelanggan tetap kembali. Metode kuantitatif berdasarkan pendekatan asosiatif digunakan dalam penelitian ini. Untuk mengumpulkan data, 150 klien yang sebelumnya telah menggunakan jasa bengkel tersebut diberikan kuesioner. Metode statistik seperti regresi linier berganda, uji asumsi klasik, dan statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data. Temuan yang ada menjabarkan bahwa “harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang mengindikasikan bahwa harga yang wajar dan transparan mampu meningkatkan kepuasan. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan harga.” Temuan ini menjabarkan pengalaman pelayanan ialah aspek utama untuk membentuk kepuasan pelanggan. Implikasi penelitian ini menegaskan pentingnya peningkatan mutu pelayanan yang konsisten serta penentuan harga yang sesuai agar kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan secara berkelanjutan.

Kata kunci: Bengkel Motor; Harga; Jasa Otomotif; Kepuasan Pelanggan; Kualitas Pelayanan.

1. LATAR BELAKANG

Kabupaten Buleleng ialah suatu wilayah dengan tingkat mobilitas masyarakat yang relatif tinggi. Karena kenyamanan, biaya rendah, dan kemampuannya untuk melakukan tugas sehari-hari, sepeda motor adalah bentuk transportasi yang paling populer. Jumlah 476.645 sepeda motor yang terdaftar di Kabupaten Buleleng pada tahun 2024 menjadi bukti hal ini. Kebutuhan masyarakat akan jasa perbaikan dan perawatan kendaraan bermotor meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah kendaraan bermotor di jalan (Amro et al., 2025).

Meningkatnya kebutuhan akan jasa perawatan sepeda motor mendorong pertumbuhan usaha bengkel, khususnya di Kota Singaraja. Bengkel-bengkel tersebut menyediakan banyak jenis layanan, dari servis ringan sampai berat, dengan variasi harga, perbedaan kualitas

pelayanan, kecepatan pengerjaan, serta fasilitas pendukung yang beragam. Kondisi tersebut menyebabkan tingkat persaingan antar bengkel semakin ketat. Pelanggan tidak lagi hanya menilai hasil teknis servis, tetapi juga menilai relevansi antara harga yang diberikan dan kualitas pelayanan yang didapat (Anggy & M, 2025).

Dalam konteks jasa bengkel, harga dan kualitas pelayanan menjadi dua aspek yang sangat menentukan karena keduanya membentuk persepsi nilai yang dirasakan pelanggan. Harga yang terbilang normal dan transparan, disertai mutu pelayanan yang baik, cenderung menciptakan kepuasan pelanggan. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara harga dan kualitas pelayanan berpotensi menimbulkan ketidakpuasan yang berdampak pada menurunnya loyalitas pelanggan. Keberhasilan bengkel diukur dari total pelanggan yang datang, serta dari kemampuan bengkel dalam menjaga pengalaman layanan yang konsisten dan dinilai sepadan oleh pelanggan (Azahra et al., 2024).

Bengkel Hirotito Motor Sudirman merupakan bengkel yang lumayan dipercaya masyarakat dan menyediakan layanan servis umum, seperti penggantian oli, *tune up*, servis ringan hingga servis berat, serta penggantian suku cadang. Reputasi bengkel ini di media daring menunjukkan penilaian yang relatif baik, dengan perolehan rating sebesar 4,2 dari 5 berdasarkan 231 ulasan hingga Maret 2025. Meskipun demikian, masih ditemukan sejumlah komentar negatif yang menunjukkan adanya ketidakpuasan pelanggan terhadap aspek tertentu dari layanan yang diberikan.

Distribusi ulasan pelanggan menunjukkan adanya ketimpangan persepsi. Sebagian besar pelanggan memberikan penilaian sangat baik, sementara sebagian lainnya memberikan penilaian sangat rendah. Kondisi ini mencerminkan bahwa pengalaman layanan yang dirasakan pelanggan belum sepenuhnya merata. Beberapa pelanggan sangat puas terhadap layanan yang ada, sementara yang lainnya justru mengalami ketidakpuasan yang cukup signifikan (Hakim & Faizah, 2023).

Keluhan yang muncul dalam ulasan negatif berkaitan dengan harga dan kualitas pelayanan. Pelanggan menyampaikan keberatan terhadap harga jasa servis yang dinilai kurang sebanding dengan kualitas pelayanan yang diterima, kurangnya keterbukaan informasi harga, waktu pengerjaan yang dianggap terlalu lama, serta sikap sebagian staf yang dinilai kurang ramah dan kurang komunikatif. Tingkat kepuasan pelanggan dapat menurun sebagai akibat dari keluhan-keluhan ini, yang menunjukkan adanya kesenjangan antara apa yang diinginkan pelanggan dan apa yang mereka dapatkan dari bisnis tersebut (Hanum et al., 2024).

Dari sisi operasional jumlah pelanggan yang datang ke Bengkel Hirotito Motor Sudirman pada periode September 2024 hingga Maret 2025 menunjukkan fluktuasi yang cukup

signifikan. Jumlah pelanggan mengalami peningkatan dan penurunan yang bergantian dari bulan ke bulan. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi kestabilan operasional dan pencapaian kinerja bengkel. Peningkatan jumlah pelanggan pada periode tertentu tidak serta-merta mencerminkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, sehingga diperlukan pengukuran kepuasan yang lebih objektif dan terukur.

Pengukuran awal menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* menunjukkan nilai rata-rata sebesar 81,6 persen. Kepuasan pelanggan sangat baik menurut skor ini, tetapi masih ada peluang untuk pengembangan, terutama dalam hal rasio harga terhadap kualitas layanan. Dibandingkan dengan ukuran lainnya, indikator harga terhadap kualitas layanan memiliki skor yang lebih rendah. Tampaknya ada beberapa konsumen yang tidak sepenuhnya menghargai nilai layanan dibandingkan dengan biayanya. Temuan ini sejalan dengan umpan balik konsumen yang menekankan keandalan kualitas layanan, kejujuran penetapan harga, dan keterbukaan proses.

Dampak penetapan harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks layanan yang berbeda telah menjadi subjek banyak penelitian akademis. Terdapat bukti yang bertentangan dari studi sebelumnya. Sementara beberapa penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti penetapan harga dan kualitas layanan secara signifikan memengaruhi kepuasan konsumen, studi lain menunjukkan bahwa faktor yang sama tidak berpengaruh sama sekali atau hanya sedikit berpengaruh dalam pengaturan tertentu. Sifat kontekstual dari hubungan antara kualitas layanan, penetapan harga, dan kebahagiaan pelanggan dipengaruhi oleh karakteristik layanan dan harapan klien, seperti yang ditunjukkan oleh hasil yang berbeda ini.

Kesenjangan penelitian juga terlihat pada keterbatasan kajian yang secara spesifik meneliti bengkel sepeda motor lokal di wilayah Kabupaten Buleleng. Bengkel Hirotito Motor Sudirman sebagai objek penelitian memiliki karakteristik dan dinamika pelayanan yang berbeda dibandingkan bengkel di wilayah lain. Fenomena fluktuasi pelanggan, ulasan negatif, serta nilai *Customer Satisfaction Index* yang belum optimal pada beberapa indikator menunjukkan perlunya kajian empiris yang lebih mendalam (Ketut, 2024).

Berdasarkan kondisi tersebut penelitian mengenai “pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Hirotito Motor Sudirman” menjadi relevan untuk dilakukan. Studi ini diproyeksikan bisa menyediakan bukti empiris terkait pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengelola bengkel dalam merumuskan strategi penetapan harga dan peningkatan kualitas pelayanan, serta

memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian kepuasan pelanggan pada sektor jasa bengkel motor berbasis lokal.

2. KAJIAN TEORITIS

Kepuasan Pelanggan

Istilah "kepuasan pelanggan" mengacu pada sejauh mana suatu layanan memenuhi atau melampaui harapan penggunanya. Ketika harapan pelanggan terpenuhi atau terlampaui, mereka merasakan kepuasan. Baik hasil akhir layanan maupun kualitas interaksi yang mengarah ke sana berkontribusi pada tingkat kebahagiaan keseluruhan yang dilaporkan pelanggan saat menggunakan layanan. Tindakan positif, seperti pembelian berulang dan rekomendasi dari mulut ke mulut, umum terjadi di antara pelanggan yang puas. Persepsi tentang kualitas layanan, transparansi informasi, dan kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh memengaruhi kepuasan pelanggan di sektor layanan perawatan sepeda motor. Dengan demikian, tingkat kepuasan pelanggan merupakan metrik penting untuk mengevaluasi efektivitas harga dan rencana layanan penyedia layanan.

Harga

Harga Tingkat kepuasan pelanggan berbanding lurus dengan harga yang mereka bayarkan untuk suatu layanan atau barang. Dalam pemasaran jasa, harga dipandang lebih dari sekadar angka; harga juga merupakan simbol seberapa besar nilai yang diberikan orang dan seberapa adil pasar tersebut. Reputasi perusahaan dipengaruhi secara positif oleh bagaimana harga yang ditawarkan dianggap adil dan transparan. Sebagian besar pembeli mempertimbangkan apakah harga tersebut wajar dibandingkan dengan nilai yang mereka dapatkan. Pelanggan akan lebih puas jika mereka percaya bahwa harga tersebut adil untuk layanan yang mereka terima. Sebaliknya, pelanggan masih bisa merasa tidak puas jika mereka merasa harga tersebut tidak wajar atau tidak transparan, terlepas dari seberapa bagus layanan tersebut secara teknis.

Kualitas Pelayanan

Istilah "kualitas pelayanan" digunakan untuk mendefinisikan sejauh mana suatu layanan memenuhi atau melampaui harapan pelanggannya. Dalam bidang riset layanan, praktik umum yang digunakan adalah dimensi SERVQUAL, wujud fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, untuk mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima faktor ini mewakili berbagai aspek layanan, dari yang praktis hingga yang emosional. Pada usaha bengkel sepeda motor, kualitas pelayanan tercermin dari ketepatan pengerjaan, kecepatan layanan, sikap profesional karyawan, serta kejelasan komunikasi kepada pelanggan. Pelayanan yang responsif dan

berorientasi pada pelanggan akan menciptakan pengalaman positif sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hubungan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harga dan kualitas layanan. Selain harga, pelanggan juga mempertimbangkan seberapa puas mereka dengan layanan yang diterima. Kepuasan pelanggan meningkat ketika biaya rendah dipadukan dengan layanan berkualitas tinggi, yang menciptakan persepsi nilai yang positif.

Menurut penelitian sebelumnya, harga dan kualitas pelayanan memiliki dampak parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, faktor-faktor spesifik perusahaan dan lingkungan penelitian dapat memengaruhi sejauh mana faktor ini berpengaruh. Hipotesis kerja penelitian ini didasarkan pada gagasan bahwa, sebagian dan simultan, baik harga maupun kualitas layanan berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan.

3. METODE PENELITIAN

Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif melalui desain penelitian asosiatif dalam menelaah “pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian dilaksanakan pada Bengkel Hirotito Motor Sudirman di Kabupaten Buleleng pada tahun 2025.” Populasi pada studi ini ialah semua pelanggan yang pernah menggunakan jasa bengkel. Sampel ditentukan menggunakan purposive sampling disertai kriteria pelanggan yang sudah menggunakan jasa minimal dua kali dan berusia minimal 17 tahun. Jumlah sampel sebanyak minimal 75 responden, yang dinilai memadai untuk analisis regresi linear berganda.

Data dihimpun melalui kuesioner berbasis skala Likert 5 tingkat, yang menilai variabel harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Indikator harga meliputi keterjangkauan, kesesuaian harga dengan kualitas, dan transparansi. Kualitas pelayanan diukur berdasarkan dimensi SERVQUAL, yakni “bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.” Kepuasan pelanggan dinilai dari indikator “kepuasan keseluruhan, kesesuaian harapan, niat menggunakan kembali, dan kesediaan merekomendasikan.”

Peneliti menemukan bahwa semua item pernyataan dapat dipercaya dan valid ($\alpha > 0,60$) dalam pengujian validitas dan reliabilitas. Setelah memastikan bahwa data memenuhi asumsi klasik yaitu normal, multikolinear, dan heteroskedastik, regresi linier berganda digunakan untuk analisis. Uji t untuk efek parsial dan uji F untuk efek simultan digunakan dalam proses pengujian hipotesis. Untuk memastikan kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, koefisien determinasi dihitung.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1. Uji Statistik Deskriptif.

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga	150	6.00	30.00	18.0000	6.39106
Kualitas Pelayanan	150	5.00	25.00	15.0000	5.62592
Kepuasan Pelanggan Pada Hirotito Motor Sudirman	150	4.00	20.00	12.0000	4.76987
Valid N (listwise)	150				

Sumber : Olahan Data Penelitian, 2026

Temuan statistik deskriptif menunjukkan bahwa Harga memiliki skor minimum yakni 6,00 dan skor maksimum yakni 30,00 dan skor rerata yakni 18,00 dan simpangan baku yakni 6,39. Skor rerata tersebut menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap harga jasa di Bengkel Hirotito Motor Sudirman berada pada tingkat sedang. Simpangan baku yang relatif moderat mengindikasikan adanya variasi penilaian responden terhadap harga, yang mencerminkan perbedaan persepsi mengenai keterjangkauan dan kesesuaian harga dengan layanan yang diterima.

Variabel Kualitas Pelayanan mempunyai skor minimum yakni 5,00 dan skor maksimum yakni 25,00 disertai skor rerata yakni 15,00 dan simpangan baku yakni 5,63. Skor rerata tersebut menjabarkan kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan berada pada kategori cukup baik. Variasi data yang ditunjukkan oleh simpangan baku mencerminkan adanya perbedaan pengalaman pelayanan yang dirasakan responden, dari aspek bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, maupun empati.

Variabel Kepuasan Pelanggan mempunyai skor minimum yakni 4,00 dan skor maksimum yakni 20,00 disertai skor rerata 12,00 dan simpangan baku yakni 4,77. Skor rerata tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan ada di kategori sedang. Temuan tersebut menjabarkan sebagian besar pelanggan merasa cukup puas, masih terdapat ruang untuk peningkatan kepuasan melalui perbaikan aspek harga dan kualitas pelayanan.

Uji Validitas dan Realibilitas

Tahap selanjutnya adalah pengujian kualitas data yang mencakup uji validitas dan uji reliabilitas. Total responden dalam penelitian ini yakni ada 150 responden, sehingga skor r tabel di taraf signifikansi 5% sebesar 0,1593. Temuan uji validitas menjabarkan semua item pada Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan mempunyai skor signifikansi $0,000 < 0,05$ dan skor korelasi Pearson $> r$ tabel. Hasil yang ada menjabarkan semua item valid dan layak diterapkan menjadi instrumen.

Temuan uji reliabilitas menjabarkan masing-masing variabel mempunyai nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$. Variabel Harga memiliki skor Cronbach's Alpha yakni 0,845, variabel Kualitas Pelayanan yakni 0,852, dan variabel Kepuasan Pelanggan yakni 0,861. Nilai tersebut menjabarkan seluruh instrumen ialah reliabel dan konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti.

Dari temuan uji yang ada, bisa dijabarkan instrumen sudah mencukupi persyaratan sebagai alat ukur yang valid dan reliabel yang menjadikannya bisa diterapkan untuk analisis data di fase selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 2. Uji Asumsi Klasik.

Jenis Uji	Hasil Statistik	Nilai Kriteria	Keterangan
Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)	Sig. = 0,903	Sig. $> 0,05$	"Data berdistribusi normal"
Multikolinearitas (Tolerance)	1,000	$> 0,10$	"Tidak terjadi multikolinearitas"
Multikolinearitas (VIF)	1,000	< 10	"Tidak terjadi multikolinearitas"
Heteroskedastisitas (Glejser) – Harga	Sig. = 0,609	Sig. $> 0,05$	"Tidak terjadi heteroskedastisitas"
Heteroskedastisitas (Glejser) – Kualitas Pelayanan	Sig. = 0,606	Sig. $> 0,05$	"Tidak terjadi heteroskedastisitas"

Sumber : Olahan Data Penelitian, 2026

Temuan uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov–Smirnov menjabarkan skor signifikansi yakni $0,903 > 0,05$. Nilai tersebut menunjukkan data residual dalam model regresi berdistribusi normal, yang menjadikannya bisa memenuhi syarat utama pada analisis regresi linear berganda.

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk seluruh variabel bebas sebesar 1,000 dan skor VIF 1,000. Skor tolerance $> 0,10$ serta skor VIF < 10 mengindikasikan tidak terdapat multikolinearitas antarvariabel bebas. Kondisi ini mengindikasikan Harga dan Kualitas Pelayanan tidak saling berkorelasi secara berlebihan dan bisa digunakan secara bersamaan pada model regresi.

Temuan uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser menjabarkan skor signifikansi sebesar 0,609 untuk Harga dan sebesar 0,606 untuk variabel Kualitas Pelayanan. Semua skor signifikansi tersebut $> 0,05$, yang menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Varians residual diindikasikan konstan, dan model regresi mencukupi asumsi homoskedastisitas.

Uji Regresi Berganda

Tabel 3. Uji Regresi Berganda.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.270	1.194		.226	.822
	Harga	.308	.047	.412	6.534	.000
	Kualitas Pelayanan	.413	.054	.487	7.716	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan Pada Hirotito Motor Sudirman						

Sumber : Olahan Data Penelitian, 2026

Analisis regresi linear berganda dilakukan sesudah data memenuhi uji kualitas instrumen dan uji asumsi klasik. Analisis ini diterapkan dalam mengevaluasi “pengaruh variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hirotito Motor Sudirman (Y)” secara parsial dalam satu model.

Persamaan yang ada berdasarkan output *Coefficients* ialah seperti berikut:

$$Y = 0,270 + 0,308X1 + 0,413X2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan pada Hirotito Motor Sudirman

X1 = Harga

X2 = Kualitas Pelayanan

e = error

Skor konstanta yakni 0,270 menjabarkan ketika Harga dan Kualitas Pelayanan = nol, Kepuasan Pelanggan ada di nilai dasar yakni 0,270. Konstanta ini bersifat sebagai titik awal model ketika pengaruh X1 dan X2 belum diperhitungkan.

Koefisien regresi variabel Harga (X1) yakni 0,308 menjabarkan hubungan positif antara Harga dan Kepuasan Pelanggan. Nilai tersebut bermakna tiap peningkatan satu satuan persepsi Harga, maka Kepuasan Pelanggan meningkat sebesar 0,308 satuan, melalui asumsi variabel Kualitas Pelayanan konstan. Temuan uji t menjabarkan skor t hitung yakni 6,534 dan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi < 0,05 menunjukkan “Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.”

Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X2) yakni 0,413 menjabarkan korelasi positif antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. Nilai tersebut bermakna tiap peningkatan satu satuan Kualitas Pelayanan, maka Kepuasan Pelanggan meningkat 0,413 satuan, disertai asumsi Harga konstan. Temuan uji t menjabarkan skor t hitung yakni 7,716 dan skor signifikansi 0,000. Nilai signifikansi $< 0,05$ menunjukkan “Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.”

Perbandingan pengaruh antarvariabel dapat dilihat dari koefisien beta terstandarisasi. Variabel Harga mempunyai skor beta yakni 0,412 sedangkan Kualitas Pelayanan mempunyai skor beta yakni 0,487. Nilai beta yang lebih besar pada Kualitas Pelayanan menunjukkan Kualitas Pelayanan ialah aspek yang lebih dominan untuk memengaruhi Kepuasan Pelanggan dibandingkan Harga pada model.

Pembahasan

Temuan yang ada menunjukkan bahwa “harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.” Temuan ini berarti kian wajar dan transparan harga yang ditetapkan, akan kian besar tingkat kepuasan pelanggan. Temuan tersebut menjabarkan pelanggan mempertimbangkan kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan terhadap kegunaan yang didapat dari layanan bengkel.

“Kualitas pelayanan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan” serta menjadi variabel yang paling dominan. Ini menunjukkan betapa pentingnya untuk dapat diandalkan, cepat tanggap, dan komunikatif dalam memberikan layanan agar pelanggan senang. Ketika layanan cepat, menyenangkan, dan sesuai standar, pelanggan lebih cenderung merasa puas.

“Secara simultan, harga dan kualitas pelayanan bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan.” Hasil tersebut relevan terhadap studi terdahulu yang menjabarkan kombinasi harga yang wajar dan kualitas pelayanan yang baik ialah aspek utama untuk menumbuhkan kepuasan pelanggan pada sektor jasa.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari temuan penelitian dan pembahasan yang sudah dilangsungkan, bisa disimpulkan “Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hirotito Motor Sudirman.” Hasil analisis regresi menjabarkan persepsi harga yang relevan dan wajar bisa menumbuhkan kepuasan pelanggan. “Kualitas Pelayanan juga terbukti memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan Harga”, yang menjabarkan pengalaman pelayanan ialah aspek dasar untuk membentuk kepuasan pelanggan. Pemenuhan

asumsi klasik menjabarkan model regresi layak diterapkan sehingga hasil penelitian dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, disarankan kepada pihak Bengkel Hirotito Motor Sudirman untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya pada aspek kecepatan, kejelasan informasi, dan sikap profesional karyawan. Penetapan harga perlu dilakukan secara transparan dan konsisten agar pelanggan merasa mendapatkan nilai yang sepadan. Penelitian selanjutnya diproyeksikan dalam memperkaya variabel yang dapat berdampak pada kepuasan pelanggan dan memperlebar objek supaya temuan yang diperoleh kian komprehensif dan dapat digeneralisasikan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang telah membantu persiapan penelitian dengan memberikan saran, masukan, dan dukungan. Kelompok ini juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pembimbing mereka atas semua umpan balik dan arahan yang bermanfaat, serta kepada Lokakarya Hirotito Motor Sudirman atas izin yang diberikan dan memungkinkan pengumpulan data. Mereka juga berterima kasih kepada orang-orang yang telah mengisi survei atas waktu dan usaha mereka. Dengan asumsi semuanya berjalan sesuai rencana, studi ini diharapkan dapat membantu memajukan pengetahuan dan praktik di bidang-bidang terkait.

DAFTAR REFERENSI

- Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). Service quality dimensions and customer satisfaction: Evidence from service industry. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(3), 1–8. <https://doi.org/10.22161/ijebm.5.3.2>
- Amro, A., Rehman, A. U., & Ali, A. (2025). Service quality and price perception as catalysts for customer engagement and experience in automotive aftersales. *Cogent Business & Management*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2514939>
- Anggy, A. A., & M, N. T. (2025). The effect of service quality and price on customer satisfaction at Aneka Motor Sepauk Workshop. *EkoMBis*, 13(2), 1579–1592. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v13i2.7368>
- Azahra, A. H., Nst, H. P., Husna, M., Manurung, J. S., & Rangkuti, E. (2024). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi Gojek. 2(3), 302–315.
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between service quality, brand image, customer satisfaction, and customer loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593.

- Hakim, A. L., & Faizah, E. N. (2023). Kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan: Studi empiris pada minuman dan makanan. *19*(02), 139–150. <https://doi.org/10.31940/jbk.v19i2.139-150>
- Hanum, F., Jannah, N., & Soemitra, A. (2024). Analysis of the influence of price, service quality and customer experience on customer loyalty. *Administrare*, *11*(2), 489–497. <https://doi.org/10.71309/administrare.v11i2.6293>
- Ismail, A., & Yunan, Y. S. M. (2022). Service quality as a predictor of customer satisfaction and loyalty. *International Journal of Business and Management Science*, *12*(1), 1–15.
- Ketut, R. P. (2024). Analysis of service quality, price, and brand image on Gojek customers satisfaction in Bali. *1184*(5), 39–48.
- Lestari, D., & Nugroho, A. (2022). The effect of price perception and service quality on customer satisfaction in automotive services. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, *10*(2), 134–145.
- Monika Simatupang, L. H. P. (2025). The impact of price, service quality, and store atmosphere on customer loyalty: A Starbucks Reserve study. *Commercium*, *3*(2), 77–100. <https://doi.org/10.61978/commercium.v3i2.510>
- Nasution, S. W. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di industri restoran. *Jurnal Teknologi dan Riset Terapan Ekonomi dan Akuntansi*, *5*(2), 215–222. <https://doi.org/10.47065/jtear.v5i2.1714>
- Nguyen, H. T., & Le, T. H. (2023). The impact of price fairness on customer satisfaction in service sector. *Cogent Business & Management*, *10*(1), 1–12.
- Nyoman, N., & Desianti, P. (n.d.). Pengaruh service quality, price dan service value terhadap kepuasan pelanggan pada New Melati Salon Denpasar-Bali.
- Pratama, A. R., & Sari, D. P. (2023). Customer satisfaction determinants in motorcycle repair services. *Jurnal Ilmu Manajemen*, *11*(1), 55–67.
- Putu Cintya Purnama Tyaka, G. B. R. (2021). The effect of product quality, service quality, and price fairness on customer satisfaction. *7*, 291–296.
- Sari, R., & Wijaya, T. (2024). The influence of service quality and price perception on customer satisfaction in SMEs. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, *12*(1), 89–101.
- Tran, V. D., & Nguyen, N. T. (2024). The role of service quality and price perception in shaping customer satisfaction. *Heliyon*, *10*(2), 1–10.
- Yeo, R. K., & Li, J. (2021). Service quality and customer satisfaction in emerging markets. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *60*, 1–9.
- Yusuf, I. R. R. M. (2025). The impact of service quality and pricing on customer satisfaction: An analysis of Pelni ships at Makassar Port. *Profitability*, *9*(1). <https://doi.org/10.26618/profitability.v9i1.17352>