



ANALISIS PENGARUH HARGA KOMPETITIF, FASILITAS DAN KETERSEDIAAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KONSUMEN SALON MOBIL AUTOWAX SEMARANG

Farid Meraz Yuliardi, Imroatul Khasanah¹

Mraz_farid@yahoo.com

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

This study aimed to analyze the effect of competitive pricing to the customer's satisfaction on products and services salon car autowax semarang, to analyze the effect of the facility to the customer's satisfaction on products and services salon car autowax semarang, to analyze the impact of service quality to customer satisfaction on the products and services of the salon car autowax semarang.

The samples used were 100 respondents who are consumers in the salon car autowax semarang. Tool data collection using questionnaires. The analysis technique used regression analysis to test the validity and reliability.

Keywords: service availability, customer satisfaction, price, facilities, quality of service

PENDAHULUAN

Bengkel Autowax Semarang mulai dibuka dan dikembangkan sejak desember 2013, Autowax Semarang melihat peluang akan tingginya kebutuhan masyarakat untuk perawatan mobil. Autowax Semarang menyediakan berbagai pilihan alternatif perawatan, mulai dari cuci mobil, poles, perawatan interior dan eksterior. Dari waktu ke waktu Autowax Semarang tidak menunjukkan peningkatan yang berarti, hal ini dapat kita liat dari hasil survey perbandingan jumlah pelanggan yang datang ke Autowax Semarang dan Autoglaze Semarang. Berikut table hasil survey dalam 6 bulan terakhir.

**Autoglaze detailing dan Autowax detailing DiSemarang
(jumlah unit mobil per bulan juni hingga oktober 2014 "all produk")**

	Juni	Juli	agustus	september	oktober
autoglaze	23 unit	25 unit	34 unit	33 unit	42 unit
autowax	32 unit	26 unit	20 unit	18 unit	12 unit

Sumber: Autoglaze dan Autowax detailing Semarang

Dari data yang tersaji diatas dapat disimpulkan bahwa perkembangan pertumbuhan bengkel salon mobil terus mengalami peningkatan peminat, dimana pada bengkel Autoglaze terus menunjukkan peningkatan jumlah konsumen. Tetapi fenomena berbanding terbalik terjadi pada bengkel Autowax yang terus mengalami penurunan jumlah konsumen dari waktu ke waktu.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Sebuah perusahaan perlu menetapkan sebuah harga yang kompetitif, dimana harga tersebut dipandang layak oleh calon konsumen karena sesuai dengan manfaat produk dan terjangkau, serta diharapkan mampu bersaing dengan harga produk dari perusahaan lain. Melalui harga yang kompetitif, sebuah produk akan memperoleh nilai lebih dimata konsumen yang kemudian akan menjadi poin penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Menurut Kotler (1984) penetapan harga memiliki beberapa tujuan yaitu kelangsungan hidup, peningkatan keuntungan yang ada, kepemimpinan bagian pasar, dan kepemimpinan kualitas produk.

H1: Harga kompetitif berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

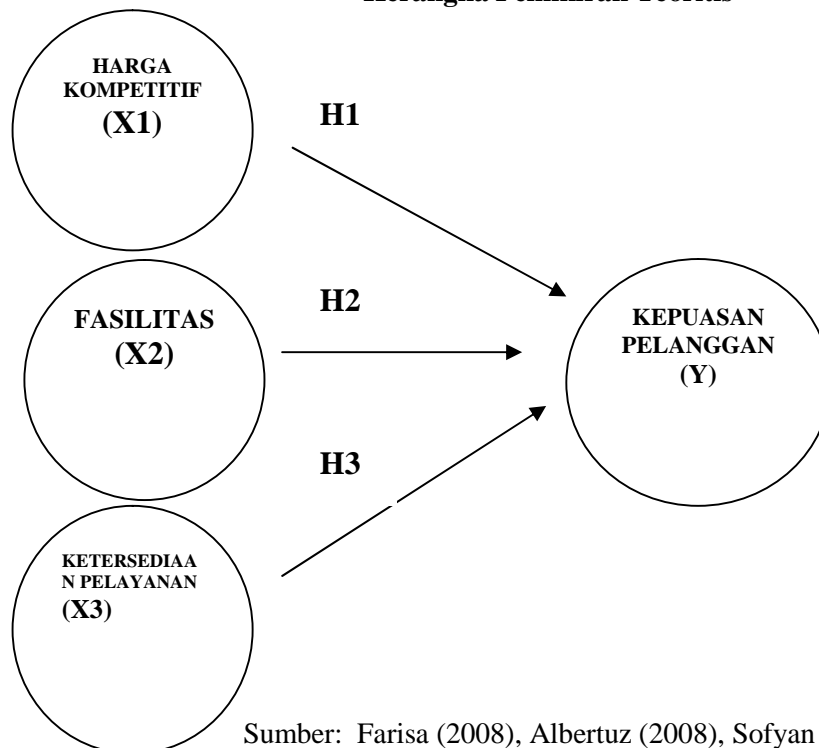
Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut. Fasilitas adalah sesuatu yang memudahkan konsumen dalam mengkonsumsi jasa (Engel, 1990). Sedangkan menurut Tjiptono (1997), fasilitas adalah sumberdaya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam usaha yang bergerak di bidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung.

H2: Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Ketersediaan pelayanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Zeithaml, 1998). Lebih lanjut Mowen, dkk (2002) dalam Wardhani (2010) mengemukakan bahwa kualitas kinerja layanan merupakan suatu proses evaluasi menyeluruh pelanggan mengenai kesempatan kinerja layanan. Ketersediaan pelayanan berkaitan erat dengan persepsi pelanggan tentang mutu suatu usaha. Semakin baik pelayanan yang akan mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan sehingga usaha tersebut akan dinilai semakin bermutu. Sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan kurang baik dan memuaskan, maka usaha tersebut juga dinilai kurang bermutu. Oleh karena itu usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan harus terus dilakukan agar dapat memaksimalkan kualitas jasa.

H3 : Ketersediaan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber: Farisa (2008), Albertuz (2008), Sofyan dkk (2013)

Keterangan : Banyak sekali faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, akan tetapi dalam penulisan skripsi ini penulis hanya membatasi pada pengaruh faktor harga kompetitif, fasilitas dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Variabel penelitian

Penelitian adalah sebuah proses investigasi ilmiah terhadap sebuah masalah yang dilakukan secara terorganisir, sistematis, berdasarkan pada data yang terpercaya, bersifat kritis dan objektif yang mempunyai tujuan untuk menemukan jawaban atau pemecahan atas satu atau beberapa masalah yang diteliti (Ferdinand, 2006). Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008).

Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel (Ferdinand, 2006).

Penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini akan menggunakan rumus menurut Purba (2006) sebagaimana tertera di bawah ini :

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Dimana:

N : Jumlah sampel

Z : Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe : *Margin of error* atau kesalahan maksimal yang bisa dikolerasi, disini ditetapkan 10% atau 0,10

Dengan menggunakan margin of error sebesar 10%, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar:

$$n = 1,96^2 / 4 (0,10)^2$$

n = 96,04 yang dibulatkan menjadi 96

Berdasarkan penghitungan di atas, maka sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 96 responden. Agar penelitian ini lebih fit, maka peneliti mengambil sampel sebanyak 100 orang. Jumlah tersebut ditetapkan dengan maksud untuk mengantisipasi kuesioner yang tidak terisi lengkap atau jawaban responden yang kurang sesuai dengan pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas/independen (Ghozali, 2009). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Deteksi untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*, dan nilai *tolerance*. Gejala multikolinearitas tidak terjadi apabila nilai VIF tidak lebih besar dari 10 serta nilai *tolerance* kurang dari 0,10.

Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1	0,735	0,195	Valid
X2	0,865	0,195	Valid
X3	0,922	0,195	Valid
X4	0,715	0,195	Valid

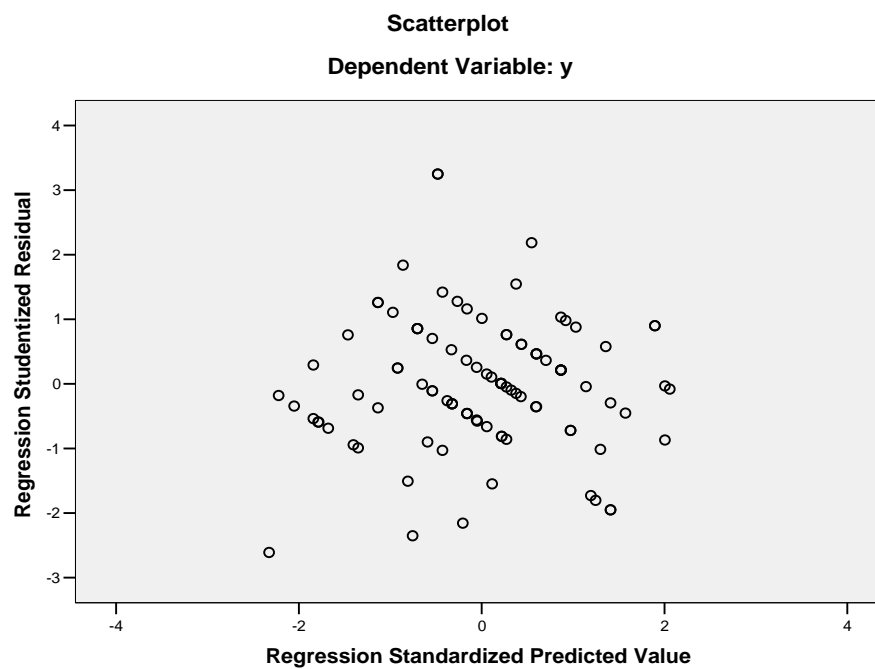
Sumber: Data Primer yang Diolah

Dilihat dari tabel 4.9. diketahui bahwa nilai r hitung > r tabel sehingga semua item pertanyaan untuk variabel kepuasan pelanggan adalah valid.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendeteksi adanya heterokedasitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah di-*standardized* (Ghozali, 2009). Dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah (Ghozali,2009):

Hasil Uji Heteroskedastisitas



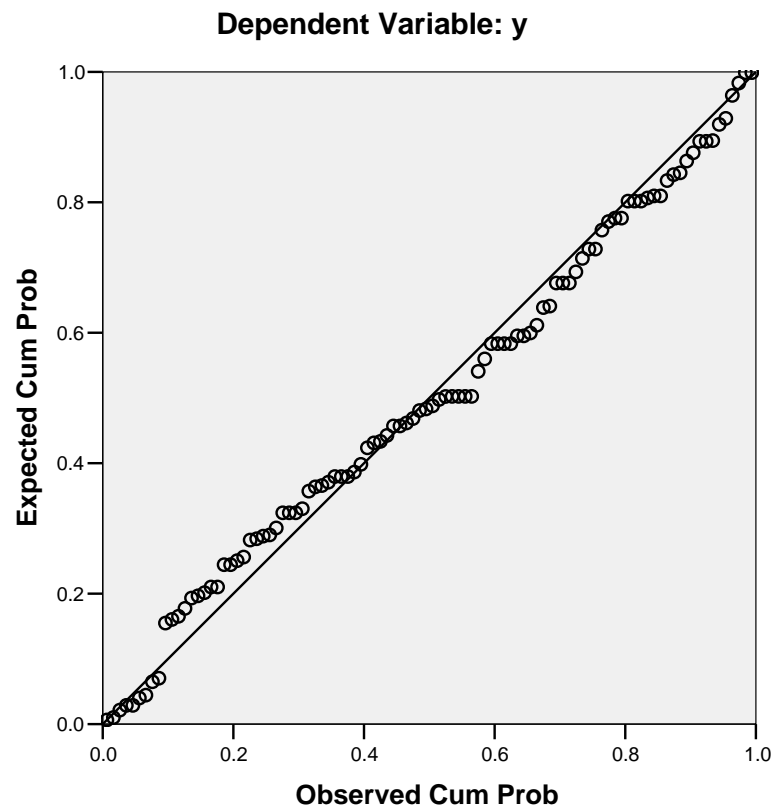
Dilihat dari gambar tersebut diketahui bahwa titik-titik data menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu maka artinya data pada penelitian ini telah bebas dari heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi. Menurut Ghozali (2009), model regresi yang baik harus memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal.

Hasil Pengujian Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Dilihat dari gambar tersebut diketahui bahwa titik-titik data mendekati garis normal sehingga dapat dikatakan data pada penelitian ini normal.

Hasil Analisis Regresi

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,194	,693		4,611	,000		
	Harga_kompetitif	,215	,066	,167	3,253	,002	,667	1,499
	Fasilitas	,160	,058	,103	2,747	,031	,356	2,811
	Kualitas_pelayanan	,644	,062	,816	10,348	,000	,282	3,552

a. Dependent Variable: Kepuasan_pelanggan

Sumber: Data Primer yang Diolah

Persamaan regresi:

$$Y = 0,167 X_1 + 0,103 X_2 + 0,816 X_3 + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan pelanggan

X1 = harga kompetitif

X2 = fasilitas

X3 = ketersediaan pelayanan

Artinya:

- Nilai koefisien regresi sebesar 0,167 artinya variabel X1 (harga kompetitif) berpengaruh positif terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan). Jika indikator harga kompetitif ditingkatkan sebesar 100%, maka variabel kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 16,7%.
- Nilai koefisien regresi sebesar 0,103 artinya variabel X2 (fasilitas) berpengaruh positif terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan). Jika indikator fasilitas ditingkatkan sebesar 100%, maka variabel kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 10,3%.
- Nilai koefisien regresi sebesar 0,816 artinya variabel X3 (kualitas pelayanan) berpengaruh positif terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan). Jika indikator kualitas pelayanan ditingkatkan sebesar 100%, maka variabel kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 81.6%.
- Variabel yang paling berpengaruh adalah kualitas pelayanan referensi dengan nilai koefisien regresinya yang tertinggi, yaitu sebesar 0.644.

Koefisien Determinasi (R^2)

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan hasil pengujian koefisien determinasi pada penelitian ini:

Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,912 ^a	,832	,827	1,01301

a. Predictors: (Constant), Kualitas_pelayanan, Harga_kompetitif, Fasilitas

b. Dependent Variable: Kepuasan_pelanggan

Sumber: Data Primer yang Diolah

Berdasarkan pada tabel tersebut diketahui bahwa nilai Adjusted R^2 sebesar 0,827 yang artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 82,7% sedangkan sisanya sebesar 17,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh harga kompetitif, fasilitas, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada salon mobil autowax semarang, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- Berdasarkan pada hasil regresi yang telah dilakukan pada penelitian ini, didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y=0,167X1 +0,103X2 +0,816X3$$

- Harga kompetitif berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. jadi hepotesis pertama diterima, Hal ini dapat dilihat dari nilai sig.t < 0.05. Variabel harga kompetitif (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai regresi 0,167 nilai t hitung = 3,253 dengan tingkat signifikan 002
- Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. jadi hepotesis kedua diterima, Hal ini dapat dilihat dari nilai sig.t < 0.05. Variabel fasilitas (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai regresi 0,103 nilai t hitung = 2,747 dengan tingkat signifikan 031
- Ketersediaan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. jadi hepotesis ketiga diterima, Hal ini dapat dilihat dari nilai sig.t < 0.05. Variabel kualitas pelayanan (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai regresi 0,816 nilai t hitung = 10,348 dengan tingkat signifikan 000

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan dengan keterbatasan ini diharapkan dilakukan perbaikan melalui penelitian yang akan datang, adapun keterbatasan dalam penelitian ini antara lain adalah:

1. Hasil dari pertanyaan ini terbuka dalam kuesioner yang telah dibuat kurang memberikan jawaban yang maksimal. Hal ini dikarenakan ada beberapa responden yang menjawab pertanyaan terbuka dengan jawaban yang terlalu singkat sehingga kurang memberikan gambaran jawaban yang jelas.
2. Dari penelitian ini hanya menggunakan variabel harga kompetitif, fasilitas, kualitas pelayanan sehingga faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dari ketiga variabel kualitas pelayanan memiliki nilai pengaruh paling besar yaitu 64,4% yang berarti masih sangat memungkinkan adanya variabel-variabel lain yang juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu ruang lingkup wilayah penelitian yang digunakan dalam penelitian juga kurang luas dimana penelitian ini hanya digunakan wilayah semarang

Saran

Saran untuk perusahaan

Berdasar penelitian yang telah dilakukan variabel harga kompetitif, fasilitas dan kualitas pelayanan merupakan variabel yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Berikut ini implikasi manajerial yang perlu diperhatikan oleh Autowax Semarang guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

1 Harga kompetitif

Dari sisi harga dengan adanya persaingan semakin ketat Autowax Semarang melakukan berbagai langkah penyesuaian terhadap tingkat perekonomian masyarakat sekitar dimana selain melakukan perbandingan harga dengan kompetitor Autowax harus dapat memberikan harga yang sesuai dalam hal ini sesuai dengan kualitas layanan produk yang disediakan karena semakin terjangkaunya harga yang ditawarkan akan menjadi daya tarik bagi konsumen.

2 Fasilitas

Dari sisi fasilitas Autowax Semarang perlu meningkatkan fasilitas pada perusahaan langkah ini dapat dicapai dengan menambahkan beberapa fasilitas yang menarik diantaranya :

- mushola
- toilet yang bersih,
- ruang tunggu yang nyaman
- cafeteria

hal ini perlu diperhatikan karena adanya fasilitas yang lengkap dan menarik akan menjadi daya tarik pada konsumen untuk berkunjung bengkel Autowax Semarang.

3 Ketersediaan Pelayanan

Dari sisi kualitas layanan perusahaan Autowax Semarang perlu meningkatkan kinerja perusahaannya hal ini dapat dicapai dengan beberapa langkah diantaranya:

- menambah jumlah anggota karyawan
- memberikan pelatihan dan pengarahan khusus seputar pelayanan servis bagi pemilik diharapkan dapat berperan aktif dalam kegiatan sehari-hari yang bertujuan untuk menciptakan komunikasi baik sekaligus menerima kritik dan masukan dari pelanggan guna meningkatkan dan mempertahankan kualitas layanan.

Saran untuk penelitian mendatang

Untuk mengatasi keterbatasan dalam penelitian ini agenda penelitian mendatang disarankan untuk menambahkan independen lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen



dan menambah dependen lain setelah variabel kepuasan konsumen yaitu loyalitas pelanggan sehingga hasil analisa yang diperoleh lebih detail

REFERENSI

Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Administrasi*, Penerbit Alfabeta Bandung.

Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sofyan Basir, dkk, 2013, *Manajemen Perbankan dari Teori ke Praktik*, Ed-1, Jakarta: Rajawali Pers.

Tjiptono, Fandy, 2002, *Strategi Pemasaran*, Andy Offset, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2005. *Service, Quality and Satisfaction*, Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, Fandy, 2006, *Manajemen Pelayanan Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* penerbit C. V ANDI OFFSET edisi II Yogyakarta