



PEMAKALAH

Jurnal Penelitian Manajemen Akuntansi Berkala Ilmiah PENGARUH *SERVICE EXCELLENCE* DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL ZUL KELUARGA JAYA PEMATANG SIANTAR

Fatma Meilina¹ *, Darwin Lie², Efendi³, Novita Butarbutar⁴

¹ Program Studi Manajemen, STIE Sultan Agung, Jalan Surabaya No. 19, Kota Pematang Siantar, Sumatera Utara, 21118, Indonesia.

*E-mail: fatmameilina88@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah: 1. Untuk mengetahui gambaran *service excellence*, harga, dan kepuasan konsumen pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar. 2. Untuk mengetahui pengaruh *service excellence* dan Harga terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini dilakukan melalui menggunakan desain penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang datang memperbaiki mobil selama Bulan September sebanyak 35 orang. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Uji instrumen penelitian yang digunakan melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah uji normalitas, analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut: 1. *Service excellence*, harga, dan kepuasan konsumen sudah baik. 2. Terdapat pengaruh yang positif antara *service excellence* dan harga terhadap kepuasan konsumen. 3. Terdapat hubungan yang kuat antara *service excellence*, harga dengan kepuasan konsumen. Kemudian tinggi rendahnya kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh *service excellence* dan harga. 4. Hasil uji hipotesis: H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan *service excellence* dan harga terhadap kepuasan konsumen baik secara simultan maupun parsial.

Kata kunci: *Service Excellence*, Harga, Kepuasan Konsumen

Abstract

The purposes of this study are: 1. To find out the description of service excellence and price and customer satisfaction at Zul Family Workshop, Pematang Siantar. 2. To find out service excellence and price on customer satisfaction at Zul Family Workshop Pematang Siantar both simultaneously and partially. The research method used is qualitative analysis and quantitative analysis. The study uses a library research design and field research. The population in this study were 35 consumers who came to repair cars during September. The types of data used in this research are qualitative and quantitative data. Sources of data used are primary data and secondary data. Data was collected by means of questionnaires, interviews and documentation. Test the research instrument used to test the validity and reliability test. The data analysis technique used is normality test, qualitative descriptive analysis and quantitative descriptive analysis. The results of this study can be concluded as follows: 1. Service excellence, price and customer satisfaction are good. 2. There is a positive influence between service excellence and price on consumer satisfaction. 3. There is a strong relationship between service excellence and price on consumer satisfaction. Then the level of consumer satisfaction can be explained by service excellence and price. 4. Hypothesis test results: H_0 is rejected, meaning that there is a positive and significant influence of service excellence and price on customer satisfaction both simultaneously and partially.

Keywords: *Service Excellence, Price, Consumer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Bengkel Zul Keluarga Jaya merupakan usaha swasta yang bergerak pada bidang jasa perbaikan dan servis mobil yang memberikan layanan perbaikan kendaraan roda empat dan melayani jasa modifikasi mobil seperti *fiberglass* dan melakukan jual beli mobil bekas. Usaha Bengkel Zul Keluarga Jaya sudah beroperasi selama 20 tahun.

Kepuasan konsumen menjadi harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang ataupun jasa, artinya apa yang diharapkan dapat dicapai oleh konsumen sesuai dengan kenyataan. Aspek kepuasan konsumen dapat dilihat dari kualitas produk, emosional, dan biaya. Fenomena kepuasan konsumen pada Bengkel Zul Keluarga Jaya yang belum optimal dilihat dari aspek yaitu kualitas produk dan emosional. Pada aspek kualitas produk belum optimal, dimana Bengkel Zul Keluarga Jaya masih cenderung menggunakan produk yang tidak original, sehingga konsumen sering datang kembali mengeluh bahwa produk yang diberikan oleh Bengkel Zul Keluarga Jaya kurang bagus. Pada aspek emosional kurang optimal, dimana konsumen merasa kurang bangga melihat hasil servis mobil pada Bengkel Zul Keluarga Jaya belum sesuai dengan keinginan konsumen karena tidak menginformasikan apa saja kerusakan mobil dan tidak membuat *list* estimasi untuk konsumen.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah *service excellence*. *Service excellence* salah satu pelayanan yang terbaik memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen. *Service excellence* berkaitan dengan jasa layanan yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam upaya untuk memberikan rasa kepuasan kepada konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Andira *et al.*, 2016), bahwa *service excellence* sangat berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Aspek *service excellence* dapat dilihat dari reliabilitas (*reliability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), daya tanggap (*responsiveness*).

Dari hasil wawancara dengan beberapa konsumen fenomena yang terjadi pada *service excellence* adalah reliabilitas (*reliability*) dan daya tanggap (*responsiveness*). Fenomena pada aspek reliabilitas (*reliability*) belum optimal dimana dapat ditunjukkan dari kurangnya kemampuan karyawan bengkel dalam menyampaikan pelayanan yang dijanjikan di awal perbaikan seperti apa saja kerusakan beserta perbaikan yang harus dilakukan serta tidak sesuainya estimasi lama perbaikan. Fenomena pada aspek daya tanggap (*responsiveness*) belum optimal dimana konsumen yang baru datang harus menunggu lama sebelum dilayani karena tidak ada karyawan khusus yang siap sedia dalam melayani konsumen yang baru datang. Karyawan bengkel akan melayani konsumen yang baru datang, setelah perbaikan mobil sebelumnya selesai dikerjakan.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Harga sangat dibutuhkan dimana harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Haryoko, Pasaribu and Ardiansyah, 2020), bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Aspek harga dapat dilihat dari keterjangkauan harga, diskon, dan cara pembayaran.

Dari hasil wawancara dengan beberapa konsumen fenomena yang terjadi pada harga adalah diskon/potongan harga, dan cara pembayaran. Fenomena pada aspek diskon/potongan harga belum optimal, dimana Bengkel Zul Keluarga Jaya tidak memberikan diskon/potongan harga kepada konsumen jika jumlah biaya perbaikan mobil konsumen di bawah harga Rp 5.000.000,-. Bengkel Zul Keluarga Jaya hanya memberikan diskon/potongan harga kepada konsumen jika jumlah perbaikan mobil minimal Rp 5.000.000,- maka konsumen akan mendapatkan diskon/potongan harga sebesar 10%. Fenomena pada aspek cara pembayaran belum optimal, dimana Bengkel Zul Keluarga Jaya tidak bisa melakukan pembayaran menggunakan kartu

debit/kredit, karena tidak menyediakan mesin penjualan (EDC) untuk pembayaran non tunai. Sehingga konsumen yang tidak membawa uang tunai harus pergi mencari ATM untuk melakukan tarik tunai.

Dari uraian di atas dapat dilihat adanya masalah antara fenomena dengan kenyataan sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh *Service Excellence* dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel Zul Keluarga Jaya.

LANDASAN TEORI

Manajemen

(Wibowo, 2019) manajemen merupakan suatu proses penggunaan sumber daya organisasi secara efisien dan efektif dengan menggunakan orang lain, melalui fungsi-fungsinya untuk mencapai tujuan organisasi.

Manajemen Pemasaran

(Assauri, 2017), manajemen pemasaran merupakan ilmu yang mencakup proses pengambilan keputusan yang didasarkan atas konsep pemasaran dan proses manajemen yang mencakup analisa, perencanaan, pelaksana kebijakan, strategi dan taktik serta pengendalian.

Service Excellence

(Frimayasa, 2017), *service excellence* adalah pelayanan yang terbaik yang diberikan konsumen, baik pelanggan internal maupun eksternal berdasarkan standar dan prosedur pelayanan.

Harga

(Tjiptono, 2015), harga yaitu satu-satunya bauran pemasaran yang memberikan pemasukan bagi perusahaan sehingga berpengaruh pada besar kecilnya laba dan pangsa yang didapat.

Kepuasan Konsumen

(Priansa, 2017), menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu proses yang dinamis dan aktif, proses kepuasan memiliki aspek sosial yang kuat, makna atau arti dan emosi merupakan bagian penting dalam komponen kepuasan, proses kepuasan tergantung pada konteks dan *contingency*, memiliki beberapa paradigma, mode dan kepuasan produk saling berhubungan erat

dengan kepuasan hidup dan kualitas kehidupan itu sendiri.

Pengaruh *Service Excellence* terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian (Andira *et al.*, 2016), menyatakan bahwa *service excellence* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa *service excellence* yang baik dapat tercipta apabila konsumen merasa puas dan terjalinnya hubungan rasa percaya antara konsumen dengan perusahaan.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian (Haryoko, Pasaribu and Ardiansyah, 2020), menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa harga menjadi pemeran yang sangat penting agar transaksi antara perusahaan dengan konsumen, oleh sebab itu penetapan harga yang baik sangat penting bagi perjalanan bisnis karena harga menjadi sebuah cara perusahaan untuk mencapai target.

Pengaruh *Service Excellence* dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian (Dhiani, Kumara and Wardani, 2021), terdapat pengaruh pelayanan prima dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa *service excellence* dan harga yang baik dapat tercipta apabila konsumen merasa puas dengan tindakan atau upaya serta penetapan harga yang tepat dan terjalinnya hubungan rasa percaya antara konsumen dengan perusahaan.

METODE

Tempat penelitian yang dilakukan di Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar yang terletak di Jalan Medan KM. 4,5. No. 25, Naga Huta, Siantar Martoba, Sumber Jaya, Medan, Kota Pematang Siantar, Sumatera Utara, 21143. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah rata-rata konsumen yang datang memperbaiki mobil selama bulan September sebanyak 35 orang

dan seluruhnya dijadikan sampel dalam penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan melalui metode wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yakni uji normalitas, analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil data yang diperoleh penulis dari lapangan di analisis secara deskriptif kualitatif serta deskriptif kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Kualitatif

Melalui menggunakan rumus berikut, kelas interval memiliki taraf untuk menentukan nilai rata-rata tanggapan responden sebagai berikut:

Tabel 1
Nilai Interval dan Kategori Taraf Respon Responden

Nilai Interval	Service Excellence, Harga, Kepuasan Konsumen
4,21 – 5,00	Sangat Baik (SB)
3,41 – 4,20	Baik (B)
2,61 – 3,40	Cukup Baik (CB)
1,81 – 2,60	Tidak Baik (TB)
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik (STB)

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Gambaran Service Excellence

Pada aspek reliabilitas (*reliability*) dalam parameter ketepatan waktu melayani konsumen mempunyai nilai rata-rata 3,06 dengan taraf respon cukup baik, hal ini dikarenakan kurangnya kemampuan karyawan bengkel dalam menyampaikan pelayanan yang dijanjikan di awal perbaikan seperti apa saja kerusakan beserta perbaikan yang harus dilakukan serta tidak sesuai estimasi lama perbaikan. Pada parameter kehandalan karyawan memberikan informasi mempunyai nilai rata-rata 3,71 melalui taraf respon baik, hal ini dikarenakan karyawan menyampaikan informasi perbaikan kendaraan dengan tutur kata yang baik dan menjelaskan secara spesifik kerusakan tersebut. Sedangkan pada parameter kesigapan karyawan dalam melayani mempunyai nilai rata-rata 3,66 melalui taraf respon baik, hal ini dilihat dari karyawan yang cekatan melayani konsumen yang baru datang ke bengkel.

Untuk aspek jaminan (*assurance*) dengan parameter tingkat ketepatan jaminan mempunyai nilai rata-rata 3,54 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari kondisi produk yang bagus dan berkualitas sehingga bisa menjamin untuk perbaikan kendaraan. Pada parameter kemampuan karyawan dalam berkomunikasi mempunyai nilai rata-rata 3,11 dengan taraf respon cukup baik, hal ini terlihat dari kurangnya kemampuan para karyawan memberikan informasi yang jelas tentang perbaikan apa saja yang ingin dilakukan terhadap kendaraan mereka sehingga konsumen mengeluh akan hal tersebut. Sedangkan pada parameter kejujuran karyawan mempunyai nilai rata-rata 3,74 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari menawarkan harga produk dan jasa sesuai dengan hasil yang diberikan para karyawan.

Untuk aspek bukti fisik (*tangible*) dengan aspek sikap karyawan kepada konsumen mempunyai nilai rata-rata 3,60 melalui taraf respon baik, hal ini diarekan karyawan yang bersikap ramah dan sopan ketika melayani para konsumen yang datang. Pada parameter kondisi tempat menunggu mempunyai nilai rata-rata 3,66 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari tempat duduk yang nyaman disediakan oleh karyawan untuk konsumen menunggu mobilnya diperbaiki. Sedangkan pada parameter tempat parkir mempunyai nilai rata-rata 3,54 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari tersedianya parkir yang luas dan strategis untuk mobil maka ketika konsumen pun ramai datan tetap bisa masuk ke dalam bengkel.

Untuk aspek empati (*emphaty*) pada parameter kepedulian pihak bengkel kepada konsumen mempunyai nilai rata-rata 3,57 dengan taraf respon baik, hal ini dikarenakan jika konsumen datang ke bengkel dan menunggu lama, karyawan mempunyai inisiatif memberikan air minum agar tidak kehausan dan bosan. Pada parameter toleransi karyawan mempunyai nilai rata-rata 3,77 melalui taraf respon baik, hal ini dilihat dari karyawan yang tidak membeda-bedakan dalam melayani konsumen yang berbeda

suku dan agamanya sehingga karyawan bisa dikatakan memiliki solidaritas yang tinggi. Sedangkan pada parameter keramahan karyawan mempunyai nilai rata-rata 3,60 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari ketika karyawan menawarkan jasa kepada konsumen sangat ramah dan baik membujuk disaat konsumen mengeluh.

Selanjutnya untuk aspek daya tanggap (*responsiveness*) pada parameter kecepatan karyawan merespon kebutuhan konsumen mempunyai nilai rata-rata 3,63 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari stok kebutuhan lengkap yang diperlukan untuk perbaikan mobil yang sudah disediakan bengkel. Pada parameter respon karyawan dalam menangani keluhan mempunyai nilai rata-rata 3,20 melalui taraf respon cukup baik, hal ini dikarenakan konsumen yang baru datang harus menunggu lama sebelum dilayani karena tidak ada karyawan khusus yang siap sedia dalam melayani konsumen yang baru datang. Karyawan bengkel akan melayani konsumen yang baru datang, setelah perbaikan mobil sebelumnya selesai dikerjakan. Sedangkan pada parameter cara karyawan memberikan informasi kerusakan mempunyai nilai rata-rata 3,43 melalui taraf respon baik, hal ini dikarenakan karyawan sudah baik dalam penyampaian informasi kerusakan yang terjadi pada mobil konsumen, namun terkadang kurangnya estimasi lamanya perbaikan yang dijanjikan.

Dalam hal ini dapat dilihat nilai rata-rata *service excellence* berada pada nilai 3,52 melalui taraf respon baik. Nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,77 pada aspek empati (*emphaty*) untuk parameter toleransi karyawan. Sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,06 melalui taraf respon cukup baik, pada aspek reliabilitas (*reliability*) dengan parameter ketepatan waktu karyawan dalam melayani.

Gambaran Harga

Pada aspek keterjangkauan harga pada parameter keterjangkauan harga yang ditawarkan mempunyai nilai rata-rata 3,80 melalui taraf respon baik, hal ini dikarenakan

harga yang ditawarkan oleh bengkel bisa dikatakan mahal namun sebanding dengan kualitas perbaikan mobil. Pada parameter kesesuaian harga dengan kualitas mempunyai nilai rata-rata 3,89 dengan taraf respon baik, hal ini dikarenakan ditawarkan memperoleh nilai rata-rata 3,89 yang bertaraf respon baik. Hal ini terlihat dari bengkel yang memberikan kemudahan pembayaran melalui transfer dan cash sehingga memudahkan konsumen dalam pembayaran. Sedangkan pada parameter daya saing harga terhadap bengkel lain mempunyai nilai rata-rata 3,71 melalui taraf respon baik, hal ini dikarenakan harga yang cukup relatif mahal namun masih bisa dijangkau para konsumen karena konsumen memiliki penghasilan diatas rata-rata UMR.

Pada aspek diskon/potongan harga pada parameter besarnya potongan harga yang diberikan mempunyai nilai rata-rata 3,26 dengan taraf respon cukup baik, hal ini dikarenakan Bengkel Zul Keluarga Jaya tidak memberikan diskon/potongan harga kepada konsumen jika jumlah biaya perbaikan mobil konsumen di bawah harga Rp 5.000.000,-. Bengkel Zul Keluarga Jaya hanya memberikan diskon/potongan harga kepada konsumen jika jumlah perbaikan mobil minimal Rp 5.000.000,- maka konsumen akan mendapatkan diskon/potongan harga sebesar 10%. Pada parameter masa potongan harga mempunyai nilai rata-rata 3,63 dengan taraf respon baik, hal ini dikarenakan biasanya masa potongan harga dilakukan pada saat konsumen yang baru pertama kali memperbaiki mobil di Bengkel Zul jaya dan mendapatkan potongan hanya sekali saja, namun jika ingin mendapatkan potongan harga kembali maka jumlah biaya perbaikan mobil diatas 5 juta. Sedangkan pada parameter potongan harga tiap jenis produk mempunyai nilai rata-rata 3,74 melalui taraf respon baik, hal ini dilihat dari jenis produk tertentu untuk bisa mendapatkan potongan harga seperti ganti bumper mobil yang sampai jutaan bisa mendapatkan potongan harga.

Selanjutnya pada aspek cara pembayaran pada parameter fasilitas

pembayaran yang disediakan mempunyai nilai rata-rata 3,57 melalui taraf respon baik, hal ini dikarenakan mudahnya konsumen dalam melakukan pembayaran *cash*. Pada parameter pembayaran yang dilakukan secara debit/kredit mempunyai nilai rata-rata 3,23 dengan taraf respon cukup baik Bengkel Zul Keluarga Jaya tidak bisa melakukan pembayaran menggunakan kartu debit/kredit, karena tidak menyediakan mesin penjualan (EDC) untuk pembayaran non tunai. Sedangkan pada parameter prosedur pembayaran yang dilakukan mempunyai nilai rata-rata 3,77 dengan taraf respon baik, hal ini dikarenakan prosedur pembayarannya dimulai dari penawaran harga sampai pada kesepakatan harga perbaikan mobil setelah itu melakukan pembayaran melalui kasir yang sudah ditetapkan oleh pimpinan bengkel.

Dalam hal ini dapat dilihat nilai rata-rata harga berada pada nilai 3,62 dengan taraf respon baik. Nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,89 pada aspek keterjangkauan harga untuk parameter kesesuaian harga dengan kualitas. Sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,23 melalui taraf respon cukup baik pada aspek aspek cara pembayaran untuk parameter pembayaran yang dilakukan secara debit/kredit.

Gambaran Kepuasan Konsumen

Pada aspek kualitas produk pada parameter kinerja dari karyawan mempunyai nilai rata-rata 3,86 dengan taraf respon baik, hal ini dilihat dari karyawan yang sudah mempunyai keahlian dibidang memperbaiki mobil maka hasilnya maksimal dan memuaskan bagi konsumen. Pada parameter daya tahan dari hasil jasa perbaikan mempunyai nilai rata-rata 3,00 dengan taraf respon cukup baik, dimana Bengkel Zul Keluarga Jaya masih cenderung menggunakan produk yang tidak original, sehingga konsumen sering datang kembali mengeluh bahwa produk yang diberikan oleh Bengkel Zul Keluarga Jaya kurang bagus. Sedangkan pada parameter kehandalan karyawan memberikan tindakan jasa perbaikan mempunyai nilai rata-rata 3,66

dengan taraf respon baik, hal ini dilihat dari cekatannya karyawan yang langsung melihat permasalahan dari mobil konsumen.

Untuk aspek emosional untuk parameter rasa senang melihat hasil perbaikan mobil yang diberikan mempunyai nilai rata-rata 3,69 dengan taraf respon baik, hal ini dikarenakan konsumen senang melihat perbaikan mobilnya selesai namun masih ada sebagian konsumen yang tidak merasa puas dikarenakan ada yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen.

Pada parameter rasa bangga selama melakukan jasa perbaikan mempunyai nilai rata-rata 3,37 dengan taraf respon cukup baik, dimana konsumen merasa kurang bangga melihat hasil servis mobil pada Bengkel Zul Keluarga Jaya belum sesuai dengan keinginan konsumen. Sedangkan pada parameter rasa percaya diri setelah melakukan perbaikan mempunyai nilai rata-rata 3,74 dengan taraf respon baik, hal ini dikarenakan ketika memperbaiki mobil di Bengkel Zul Keluarga Jaya karyawan mengatakan hasilnya akan bertahan lama sesuai dengan budget yang telah dikeluarkan konsumen sehingga konsumen merasa percaya diri untuk memakai jasa di Bengkel Zul Keluarga Jaya.

Selanjutnya pada aspek biaya pada parameter Bengkel Zul Keluarga Jaya memberikan biaya tambahan mempunyai nilai rata-rata 3,80 melalui taraf respon baik, hal ini dikarenakan biaya tambahan dibuat ketika ada perbaikan diluar dari permasalahan pada mobil maupun keinginan dari konsumen. Pada parameter produk yang ditawarkan mempunyai nilai rata-rata 3,89 melalui taraf respon baik, hal ini dikarenakan berbagai macam produk yang di stok bengkel untuk keperluan konsumen mulai dari produk original maupun tidak. Sedangkan pada parameter bengkel memberikan informasi mengenai biaya mempunyai nilai rata-rata 3,83 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari karyawan yang menginformasikan biaya setelah melihat apa saja yang perlu diperbaiki dan apa saja yang perlu diganti sesuai dengan keinginan konsumen.

Dalam hal ini dapat dilihat nilai rata-ran harga berada pada nilai 3,65 melalui taraf respon baik. Nilai rata-ran tertinggi sebesar 3,89 pada aspek biaya untuk parameter produk yang ditawarkan. Sedangkan nilai rata-ran terendah sebesar 3,00 melalui taraf respon cukup baik pada aspek kualitas produk untuk parameter daya tahan dari hasil jasa yang diberikan.

Analisis Deskriptif Kuantitatif Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	4,043	3,809	
1 Service Excellence	.235	.103	.364
1 Harga	.503	.163	.493

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

$\hat{Y} = 4,043 + 0,235X_1 + 0,503X_2$, ialah apabila *service excellence* naik satu satuan akan meningkatkan kepuasan konsumen senilai 0,235 satuan. Jika harga naik satu satuan akan meningkatkan kepuasan konsumen senilai 0,503 satuan, sehingga dapat disimpulkan bahwa *service excellence* dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar.

Regresi Linier Sederhana Pengaruh *Service Excellence* terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 3

Hasil Regresi Linier Sederhana *Service Excellence* terhadap Kepuasan Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	7,745	4,052	
1 Service excellence	.475	.076	.736

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

$\hat{Y} = 7,745 + 0,475X$ artinya jika *service excellence* naik satu satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,475 satuan, sehingga terdapat pengaruh positif antara *service excellence* terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 4

Hasil Regresi Linier Sederhana Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	7,309	3,743	
1 Harga	.783	.114	.768

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

$\hat{Y} = 7,309 + 0,783X$ dimana apabila harga naik satu satuan akan meningkat senilai 0,783 satuan, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara harga terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar.

Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Tabel 5

Service Excellence dan Harga dengan Kepuasan Konsumen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,804 ^a	,647	,625	3,003

a. Predictors: (Constant), Service Excellence, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Menurut korelasi (r) = 0,804 artinya terdapat hubungan yang sangat kuat (*High Correlation*) dan positif antara *service excellence* dan harga dengan kepuasan konsumen pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar. Kemudian diperoleh nilai koefisien determinasi (*Rsquare*) senilai 0,647 yang artinya baik tidaknya kepuasan konsumen pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar senilai 64,7% dijelaskan oleh *service excellence* dan harga sedangkan sisanya sebesar 35,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas pada variabel ini.

Tabel 6
Service Excellence dengan Kepuasan Konsumen

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,736 ^a	,542	,528	3,366

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Nilai korelasi (r) = 0,736 artinya terdapat hubungan yang kuat dan positif antara *service excellence* dengan kepuasan konsumen pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar. Selanjutnya diperoleh koefisien determinasi (*Rsquare*) senilai 0,542 artinya baik tidaknya kepuasan konsumen senilai 54,2% dapat dijelaskan oleh variabel *service excellence*, sedangkan sisanya 45,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas pada variabel ini.

Tabel 7
Harga dengan Kepuasan konsumen

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,768 ^a	,590	,577	3,187

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Nilai korelasi (r) = 0,768 artinya terdapat hubungan yang kuat antara harga dengan kepuasan konsumen pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar. Selanjutnya diperoleh koefisien determinasi (*Rsquare*) senilai 0,590 artinya tinggi rendahnya kepuasan konsumen senilai 59,0% dapat dijelaskan oleh variabel harga, sedangkan sisanya 41,0% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 8
Hasil Uji F Service Excellence dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen
ANOVA

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	528,414	2	264,207	29,300	,000 ^b
	Residual	288,557	32	9,017		
	Total	816,971	34			

a. Predictors: (Constant), Service Excellence, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Nilai F_{hitung} sebesar 29,300 > F_{tabel} dengan $df = n-k-1$ (35-2-1=32) sebesar 3,29 atau signifikansi 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak, artinya *service excellence* dan harga berpengaruh positif atau signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar. Hal ini sesuai pendapat (Andira *et al.*, 2016), serta pendapat (Haryoko, Pasaribu and Ardiansyah, 2020), menyatakan bahwa terdapat *service excellence* dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 9

Hasil Uji t *Service Excellence* terhadap Kepuasan Konsumen

Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	1,911	,065
	<i>Service Excellence</i>	6,252	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Dari tabel 9 diatas, pada variabel X_1 diperoleh nilai t_{hitung} pada variabel *service excellence* sebesar $6,252 >$ dari t_{tabel} dengan $dk = n-k-1$ ($35-1-1=33$) sebesar $2,034$ atau signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak, *service excellence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Andira *et al.*, 2016) bahwa *service excellence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 10
Uji t Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	1,935	,059
	Harga	6,889	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Kemudian dari tabel 10 variabel harga (X_2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $6,889 >$ dari t_{tabel} dengan $df = n-k-1$ ($35-1-1=33$) sebesar $2,034$ atau signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Haryoko, Pasaribu and Ardiansyah, 2020), bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen.

Evaluasi *Service Excellence*

Menurut hasil 5 aspek digunakan dalam penelitian ini, hasil yang diperoleh dapat dijelaskan bahwa *service excellence* pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar terbukti dari hasil kuesioner yang diperoleh nilai rata-rata $3,52$ melalui taraf respon baik. Namun masih ada sebagian parameter melalui nilai lebih rendah dari rata-rata untuk meningkatkan hasilnya.

Namun masih terdapat beberapa aspek yang berada dibawah nilai rata-rata keseluruhan yaitu pada aspek reliabilitas (*reliability*) dalam parameter ketepatan waktu melayani konsumen mempunyai nilai rata-rata $3,06$ dengan taraf respon cukup baik, sebaiknya karyawan mampu untuk menepati janji waktu estimasi menginformasikan tentang perbaikan kerusakan yang seharusnya diketahui oleh konsumen agar tidak terjadi keluhan berkepanjangan.

Pada aspek jaminan (*assurance*) dengan kemampuan karyawan dalam berkomunikasi mempunyai nilai rata-rata $3,11$ dengan taraf respon cukup baik, sebaiknya karyawan mampu memberikan informasi yang jelas terhadap perbaikan apa saja yang ingin dilakukan untuk mobil sehingga konsumen puas dan bisa mempercayai sepenuhnya hasil dari perbaikan yang dilakukan oleh Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar.

Pada aspek daya tanggap (*responsiveness*) parameter respon karyawan dalam menangani keluhan mempunyai nilai rata-rata $3,20$ dengan taraf respon cukup baik, sebaiknya pemilik bengkel memberi solusi untuk penambahan karyawan khusus jika kenaikan permintaan perbaikan mobil konsumen meningkat agar karyawan bengkel akan melayani konsumen yang baru datang, setelah perbaikan mobil sebelumnya selesai dikerjakan sehingga pekerjaan cepat diselesaikan.

Dari hasil evaluasi di atas, dapat disimpulkan *service excellence* pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar dikategorikan baik namun perlu ditingkatkan *service excellence* yang lebih baik lagi seperti menepati janji waktu estimasi perbaikan

kerusakan mobil, memberikan informasi yang jelas kepada konsumen terhadap perbaikan mobil mereka dan memberikan solusi untuk penambahan karyawan khusus jika kenaikan permintaan perbaikan mobil konsumen meningkat. Mempengaruhi *service excellence* seperti Kemampuan (*Ability*), Sikap (*Attitude*), Penampilan (*Appearance*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), Tanggung jawab (*Accountability*), hal tersebut didukung oleh (Prayogie *et al.*, 2019) dan (Andira *et al.*, 2016).

Evaluasi Harga

Berdasarkan hasil rekapitulasi dari 3 aspek yang digunakan di dalam penelitian ini, dapat dijelaskan bahwa harga pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar. Hal ini dibuktikan melalui hasil kuesioner yang diperoleh untuk nilai rata-rata 3,62 melalui taraf respon baik. Namun masih ada nilai yang lebih rendah dari rata-rata untuk diperbaiki hasilnya.

Pada aspek diskon/potongan harga pada parameter besarnya potongan harga yang diberikan mempunyai nilai rata-rata 3,26 dengan taraf respon cukup baik, sebaiknya karyawan memberikan diskon/potongan harga bagi konsumen yang tidak hanya melakukan pembelian produk atau perbaikan produk di atas 5 juta tetapi potongan harga bisa saja diberikan juga ketika hari-hari besar atau konsumen yang sudah menjadi pelanggan setia bagi Bengkel Zul Keluarga Jaya agar konsumen senang untuk datang kembali ke bengkel sebagai pelanggan tetap.

Sedangkan aspek cara pembayaran pada parameter fasilitas pembayaran yang disediakan mempunyai nilai rata-rata 3,57 melalui taraf respon baik, agar lebih optimal lagi sebaiknya, pembayaran dilakukan melalui QRIS dan dompet digital agar memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran. Pada parameter pembayaran yang dilakukan secara debit/kredit mempunyai nilai rata-rata 3,23 dengan taraf respon cukup baik, sebaiknya Bengkel Zul Keluarga Jaya mempunyai mesin pembayaran EDC yang memudahkan bagi pengguna debit/kredit agar konsumen tidak

hanya melakukan pembayaran dengan uang *cash* saja melainkan bisa membayar dengan memakai uang elektronik.

Dari hasil evaluasi di atas, dapat disimpulkan harga pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar dikategorikan baik namun perlu ditingkatkan adalah memberikan potongan harga kepada konsumen yang sudah menjadi pelanggan setia di bengkel dan memudahkan cara pembayaran *cash* maupun tidak seperti menyediakan mesin EDC agar memudahkan konsumen untuk pembayaran perbaikan mobil mereka. Faktor yang mempengaruhi harga seperti Faktor yang mempengaruhi harga seperti keterjangkauan harga, diskon/potongan harga, dan cara pembayaran sebagai prosedur dan mekanisme hal tersebut didukung oleh (Tjiptono and Chandra, 2017) dan (Haryoko, Pasaribu and Ardiansyah, 2020).

Evaluasi Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil rekapitulasi 3 aspek di dalam penelitian ini, dibuktikan melalui hasil kuesioner yang diperoleh melalui nilai rata-rata 3,65 melalui taraf respon baik. Akan tetapi masih ada beberapa parameter yang memperoleh nilai di bawah rata-rata sehingga masih diperlukan peningkatan dan perbaikan.

Aspek kualitas produk pada parameter daya tahan dari hasil jasa perbaikan mempunyai nilai rata-rata 3,00 dengan taraf respon cukup baik, sebaiknya Bengkel Zul Keluarga Jaya lebih memilih menggunakan atau memakai produk yang original yang sesuai dengan standar mobil konsumen tersebut, agar konsumen tidak datang mengeluh terhadap masalah produk yang diberikan oleh Bengkel Zul Keluarga Jaya kurang bagus.

Pada aspek emosional dengan parameter rasa bangga selama melakukan jasa perbaikan mempunyai nilai rata-rata 3,37 dengan taraf respon cukup baik, sebaiknya pihak bengkel Zul memberikan informasi tentang kerusakan pada mobil, setelah itu membuat *list* estimasi yang perlu diperbaiki agar konsumen mengetahui dan menyesuaikan *budget* untuk apa saja yang perlu diperbaiki sesuai dengan informasi

yang diberikan diawal oleh pihak bengkel Zul.

Dari evaluasi di atas, maka ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar dikategorikan baik namun perlu ditingkatkan kepuasan konsumen yang lebih baik lagi menggunakan atau memakai produk yang original, agar konsumen tidak datang mengeluh masalah produk yang diberikan oleh Bengkel Zul Keluarga Jaya kurang bagus. Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti kualitas produk, harga, biaya, dan faktor emosional Survei Kepuasan Konsumen menurut penelitian (Daga, 2019) dan (Jumhari, Sulaeman and Kusnanto, 2022).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang *service excellence* diperoleh nilai rata-ran keseluruhan dengan taraf respon baik. Nilai rata-ran tertinggi berada pada aspek empati (*empaty*) untuk parameter toleransi karyawan. Sedangkan nilai rata-ran terendah berada pada aspek reliabilitas (*reliability*) dengan parameter ketepatan waktu karyawan dalam melayani.
2. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang harga diperoleh nilai rata-ran keseluruhan dengan taraf respon baik. Nilai rata-ran tertinggi berada pada aspek keterjangkauan harga untuk parameter kesesuaian harga dengan kualitas. Sedangkan nilai rata-ran terendah berada pada aspek cara pembayaran untuk parameter pembayaran yang dilakukan secara debit/kredit.
3. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang kepuasan konsumen diperoleh nilai rata-ran keseluruhan dengan taraf respon baik. Nilai rata-ran tertinggi taraf respon baik berada pada aspek biaya untuk parameter produk yang ditawarkan. Sedangkan nilai rata-ran terendah berada pada aspek kualitas produk untuk parameter daya tahan dari hasil jasa yang diberikan.

4. Hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif antara *service excellence* dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar baik secara simultan maupun parsial.
5. Hasil analisis koefisien korelasi menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan positif antara *service excellence* dan harga dengan kepuasan konsumen pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar. Kemudian nilai koefisien determinasi menunjukkan tinggi rendahnya kepuasan konsumen pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar.
6. Hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan uji F menunjukkan bahwa H_0 ditolak, artinya ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *service excellence* dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar.
7. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan uji t menunjukkan bahwa H_0 ditolak, artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara *service excellence* dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar.

Saran

1. Untuk meningkatkan *service excellence* pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar, sebaiknya karyawan menepati janji waktu estimasi perbaikan kerusakan mobil, memberikan informasi yang jelas kepada konsumen terhadap perbaikan mobil mereka dan memberikan solusi untuk penambahan karyawan khusus jika kenaikan permintaan perbaikan mobil konsumen meningkat.
2. Untuk meningkatkan harga pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar, sebaiknya Bengkel Zul Keluarga Jaya memberikan potongan harga kepada konsumen yang sudah

menjadi pelanggan setia di bengkel dan memudahkan cara pembayaran *cash* maupun *non cash* seperti menyediakan QRIS, mesin EDC dan lain-lain agar memudahkan konsumen untuk pembayaran perbaikan mobil.

3. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar, sebaiknya Bengkel Zul Keluarga Jaya lebih baik lagi menggunakan atau memakai produk yang original, agar konsumen tidak datang mengeluh masalah produk yang diberikan oleh Bengkel Zul Keluarga Jaya kurang bagus.
4. Sehubungan dengan keterbatasan waktu, penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kelemahan-kelemahan serta belum dapat mengungkapkan seluruh variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematang Siantar.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2017) **Manajemen Pemasaran**. Cet. 15. Jakarta: Rajawali Pers.
- Andira, S. A. *et al.* (2016) **Pengaruh Service Excellence Dan Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar**, *Juni*, 2(1), p. 56.
- Dhiani, H. P., Kumara, D. and Wardani, S. (2021) **Pengaruh Pelayanan Prima dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan dan Pemancingan Warung Bambu di Serpong Tangerang Selatan**, *Jurnal Semarak*, 4(3), p. 115. doi: 10.32493/smk.v4i3.13423.
- Frimayasa, A. (2017) **Konsep Dasar dan Strategi Pelayanan Prima (Service Excellent) pada Perusahaan Telekomunikasi Indosat Ooredoo**, *Manajemen Administrasi*, XVII(1), pp. 65–71.
- Haryoko, U. B., Delimah Pasaribu, V. L. and Ardiyansyah, A. (2020) **Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer)**, *Point*, 2(1). doi: 10.46918/point.v2i1.566.
- Priansa, D. J. (2017) **Perilaku Konsumen dalam Persaingan bisnis Kontemporer**. Edisi 1. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015) **Strategi Pemasaran**. Ed. 4. Yogyakarta: ANDI.
- Wibowo (2019) **Manajemen dari Fungsi Dasar ke Inovasi**. Cet. 1. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.