

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Kabupaten Buleleng merupakan salah satu wilayah dengan tingkat mobilitas masyarakat yang cukup tinggi. Sepeda motor menjadi transportasi utama karena dinilai praktis, ekonomis, dan mampu menunjang aktivitas masyarakat sehari-hari. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Buleleng, jumlah sepeda motor pada tahun 2024 mencapai 476.645 unit. Tingginya jumlah kendaraan bermotor tersebut berbanding lurus dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan perawatan dan perbaikan kendaraan bermotor.

Meningkatnya kebutuhan akan jasa perawatan sepeda motor mendorong tumbuhnya berbagai usaha bengkel di wilayah Kabupaten Buleleng, khususnya di Kota Singaraja. Bengkel-bengkel tersebut menawarkan berbagai jenis layanan, mulai dari servis ringan hingga servis berat, dengan variasi harga, kualitas pelayanan, kecepatan pengerjaan, serta fasilitas pendukung yang berbeda-beda. Kondisi ini menyebabkan tingkat persaingan antar bengkel menjadi semakin ketat.

Pelanggan bengkel tidak hanya mempertimbangkan hasil teknis servis, tetapi juga menilai kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan kualitas pelayanan yang diterima. Harga yang wajar, transparan, serta kualitas pelayanan yang baik menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Ketidaksesuaian antara harga dan kualitas pelayanan berpotensi menimbulkan ketidakpuasan dan berdampak pada loyalitas pelanggan.

Di tengah persaingan bengkel sepeda motor di wilayah Kabupaten Buleleng tersebut, Bengkel Hirotito Motor Sudirman merupakan salah satu bengkel yang beroperasi dan cukup dikenal oleh masyarakat. Bengkel ini menyediakan layanan servis sepeda motor umum seperti penggantian oli, *tune up*, servis ringan hingga servis berat, serta penggantian suku cadang. Selain itu, Bengkel Hirotito Motor juga memiliki cabang di wilayah Lovina, sehingga mampu menjangkau pelanggan yang lebih luas di Kabupaten Buleleng.

Namun demikian, berdasarkan hasil pengamatan awal serta ulasan yang terdapat pada platform Google Maps, Bengkel Hirotito Motor memperoleh rating sebesar 4,2 dari 5 bintang dengan total sebanyak 231 ulasan pelanggan hingga Maret 2025. Meskipun secara umum penilaian ini tergolong baik, namun masih terdapat sejumlah komentar negatif sebanyak 34 dari pelanggan yang menunjukkan adanya ketidakpuasan terhadap beberapa aspek layanan yang diberikan.

Beberapa pelanggan menyampaikan keluhan mengenai harga jasa servis yang dinilai kurang sebanding dengan kualitas pelayanan yang diterima. Keluhan lainnya mencakup ketidakterbukaan informasi harga, waktu pengerjaan yang terlalu lama, serta sikap dari sebagian staf bengkel yang dinilai kurang ramah dan tidak komunikatif. Ketidaksesuaian antara ekspektasi pelanggan dengan kenyataan layanan yang mereka alami ini menjadi indikator awal adanya potensi penurunan kepuasan yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan terhadap bengkel tersebut.

Di sisi lain, terdapat pula sejumlah ulasan positif yang menunjukkan bahwa sebagian pelanggan merasa puas dengan hasil servis dan keramahan staf di

Bengkel Hirotito Motor. Hal ini menunjukkan adanya keberagaman persepsi dari pelanggan, yang menandakan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga belum konsisten dirasakan oleh seluruh pelanggan. Ketidakmerataan pengalaman ini menjadi pertanda penting bagi manajemen untuk melakukan evaluasi dan perbaikan layanan secara menyeluruh.

Tabel 1. 1 Rating Penilaian Pelanggan Hirotito Motor

Rating	Ulasan
★★★★★	159 ulasan
★★★★	22 ulasan
★★★	11 ulasan
★★	7 ulasan
★	32 ulasan

(Sumber : Google Maps Bengkel Hirotito Motor,2025)

Untuk memperoleh gambaran yang lebih objektif mengenai perkembangan pelanggan, peneliti mengumpulkan data awal berupa jumlah pelanggan yang datang dari bulan September 2024 hingga Maret 2025. Data tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut:

Tabel 1. 2 Jumlah Pelanggan Hitotito Motor Sudirman

No	Bulan/Tahun	Jumlah Pelanggan Yang Datang
1.	September 2024	1.400 orang
2.	Oktober 2024	2.310 orang
3.	November 2024	1.930 orang
4.	Desember 2024	1.490 orang
5.	Januari 2025	2.210 orang
6.	Februari 2025	1.572 orang
7.	Maret 2025	1.632 orang

(Sumber : Bengkel Motor Hirotito Motor Sudirman,2025)

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah pelanggan yang datang ke Bengkel Hirotito Motor Sudirman pada bulan September 2024 sebanyak 1.400 orang. Kemudian, pada bulan Oktober 2024 jumlah pelanggan

mengalami peningkatan menjadi 2.310 orang. Namun, pada bulan November 2024 terjadi penurunan menjadi 1.930 orang, dan kembali menurun pada bulan Desember 2024 menjadi 1.490 orang. Selanjutnya, jumlah pelanggan meningkat kembali pada bulan Januari 2025 menjadi 2.210 orang. Akan tetapi, pada bulan Februari 2025 kembali mengalami penurunan menjadi 1.572 orang, dan pada bulan Maret 2025 tercatat sebanyak 1.632 orang. Dilihat dari data yang telah dijelaskan di atas, jumlah pelanggan terkadang menurun dan meningkat yang cukup signifikan terjadi pada bulan – bulan tertentu, yang dapat berdampak terhadap kestabilan operasional dan pencapaian kinerja Bengkel Hirotito Motor Sudirman.

Namun, peningkatan jumlah pelanggan ini tidak serta-merta menjamin bahwa semua pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan. Oleh karena itu, digunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan aspek pelayanan staf, transparansi servis, fasilitas, dan harga. Berikut adalah data CSI Bengkel Hirotito Motor Sudirman dalam beberapa bulan terakhir:

Tabel 1. 3 Customer Satisfaction Index (CSI) Hirotito Motor Sudirman

No	Indikator	Nilai CSI (%)	Max (%)
1.	Kualitas pelayanan	82%	100%
2.	Harga sesuai dengan pelayanan	78%	100%
3.	Layanan sesuai harapan pelanggan	80%	100%
4.	Niat Kembali menggunakan layanan	85%	100%
5.	Niat merekomendasikan ke orang lain	83%	100%
	Total Rata-rata CSI	81.6%	100%

(Sumber : Bengkel Motor Hirotito Motor Sudirman,2025)

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa *Customer Satisfaction Index* (CSI) Bengkel Hirotito Motor Sudirman menunjukkan bahwa pelanggan

memiliki persepsi yang cukup baik terhadap layanan yang diberikan. Indikator kualitas pelayanan memperoleh nilai CSI sebesar 82%, yang menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan menilai kualitas pelayanan di bengkel ini baik. Indikator harga sesuai dengan pelayanan mencatat nilai sebesar 78%, yang berarti sebagian pelanggan merasa harga yang ditawarkan sudah cukup sebanding dengan kualitas layanan. Selanjutnya, indikator layanan sesuai harapan pelanggan memperoleh nilai 80%, mencerminkan bahwa harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan cukup terpenuhi.

Sementara itu, niat pelanggan untuk kembali menggunakan layanan mencatat nilai CSI sebesar 85% yang menunjukkan tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi terhadap bengkel ini. Indikator terakhir, yaitu niat untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain, memperoleh nilai sebesar 83% yang mengindikasikan bahwa pelanggan merasa cukup puas dan bersedia membagikan pengalamannya kepada pihak lain. Secara keseluruhan, rata-rata nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 81,6% menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan berada pada kategori tinggi. Namun masih terdapat beberapa aspek layanan yang perlu dievaluasi dan ditingkatkan, khususnya pada kesesuaian harga dan kualitas pelayanan. Meskipun demikian, hasil tersebut juga menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa aspek layanan yang perlu dievaluasi dan ditingkatkan, khususnya pada kesesuaian harga dan kualitas pelayanan. Kondisi ini menjadi dasar bahwa meskipun jumlah pelanggan cenderung mengalami peningkatan, evaluasi terhadap strategi pemasaran dan peningkatan kualitas pelayanan tetap perlu dilakukan guna menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara harapan dan kinerja aktual produk atau jasa yang dikonsumsi. Kepuasan pelanggan menjadi faktor krusial dalam mempertahankan pelanggan dan menciptakan loyalitas. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dan persepsi harga yang adil menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan oleh penyedia jasa, termasuk bengkel kendaraan bermotor. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Parasuraman, dkk (1988) menyatakan bahwa kualitas pelayanan mencakup lima dimensi yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Pelayanan yang diberikan secara konsisten dan memenuhi ekspektasi pelanggan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sebaliknya, pelayanan yang tidak profesional atau lambat akan menimbulkan kekecewaan dan berdampak pada penurunan kepuasan.

Selain kualitas pelayanan, harga juga menjadi pertimbangan utama dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016), harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa, yang menjadi penentu utama dalam proses evaluasi manfaat dibandingkan dengan pengorbanan. Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan nilai yang sepadan atau bahkan lebih dari biaya yang telah mereka keluarkan.

Penelitian terdahulu juga mendukung pentingnya kedua variabel tersebut. Penelitian oleh Wulandari (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil yang

sama juga ditemukan dalam penelitian Mardatillah dan Rahmalia (2022) yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Saputro dan Lestari (2020) membuktikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Fitriani dan Anggraini (2023) juga memperkuat bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil serupa juga diperoleh oleh Hidayat dan Ardiansyah (2022) bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di sektor jasa otomotif. Namun, tidak semua penelitian menunjukkan hasil yang konsisten. Penelitian oleh Dewi (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Wahyuni (2019) juga menemukan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Permana (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, tetapi pengaruhnya tergantung pada konteks layanan. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Rahayu dan Nugroho (2021) menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Terakhir, penelitian dari Fadillah (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, meskipun dengan intensitas yang berbeda tergantung pada faktor lain. Perbedaan hasil dari berbagai penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan masih bersifat kontekstual dan

belum sepenuhnya konsisten, sehingga perlu diteliti lebih lanjut dalam konteks yang berbeda, seperti di Bengkel Hirotito Motor Sudirman.

Dapat disimpulkan bahwa masih terdapat permasalahan nyata terkait fluktuasi jumlah pelanggan, ulasan negatif di Google Maps, serta hasil CSI yang masih menunjukkan adanya ruang untuk perbaikan. Ditambah lagi, belum banyak penelitian yang secara spesifik meneliti pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di bengkel motor, khususnya di wilayah Singaraja. Oleh karena itu, peneliti merasa perlu melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengkaji variabel-variabel tersebut. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Bengkel Hirotito Motor Sudirman.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diidentifikasi bahwa:

1. Terdapat hasil *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan belum maksimal pada beberapa aspek pelayanan di Bengkel Hirotito Motor Sudirman.
2. Persepsi pelanggan terhadap harga dan pelayanan masih beragam, yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan secara keseluruhan.
3. Terdapat kesenjangan antara penelitian terdahulu.

1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, maka penelitian ini dibatasi pada dua variabel bebas, yaitu harga dan kualitas pelayanan, serta satu variabel terikat, yaitu kepuasan pelanggan, yang difokuskan pada pelanggan Bengkel Hirotito Motor Sudirman.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Hirotito Motor Sudirman?
2. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Bengkel Hirotito Motor Sudirman?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hirotito Motor Sudirman?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan diatas, Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menguji pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Hirotito Motor Sudirman.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Hirotito Motor Sudirman.

3. Untuk menguji pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Hirotito Motor Sudirman.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan teori harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan, serta menjadi referensi bagi penelitian sejenis di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak Bengkel Hirotito Motor Sudirman dalam mengevaluasi dan meningkatkan strategi harga serta kualitas pelayanan guna menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan.