

HALAMAN INTISARI

Perkembangan sepeda motor yang begitu pesat membuat para produsen sepeda motor di Indonesia melakukan berbagai usaha dan bersaing ketat untuk mendapatkan pelanggan baru atau mempertahankan pelanggan lama. Salah satu produsen sepeda motor di Indonesia, yaitu Honda ternyata mampu menjadi *market leader* penjualan kendaraan roda dua di Indonesia selama kurun waktu 2015-2019. Salah satu strategi yang dijalankan produsen sepeda motor Honda dengan konsisten adalah selalu meningkatkan ketersediaan layanan *after sales* (pemeliharaan dan suku cadang) melalui bengkel resminya, yaitu AHASS agar tetap mampu mempertahankan pelanggan; sepeda motor Honda tetap awet, aman, dan nyaman digunakan; dan nilai jual kembalinya tetap tinggi. Sesuai dengan visi misinya, AHASS selalu berupaya memastikan bahwa pelanggannya benar-benar puas dengan pelayanan *after sales* yang diberikan. Terdapat beberapa cara untuk mengetahui hal tersebut, salah satunya dengan memperoleh pengakuan kualitas pelayanan dan harga yang baik dari para pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif melalui studi korelasional. Teknik analisis data yang dipakai ialah regresi linear berganda dengan jumlah populasi adalah hasil *forecasting* dengan metode *Trend Least Square* pelanggan bengkel resmi sepeda motor Honda AHASS 02046 BSM Pedan untuk periode Juli 2020. Sampel yang digunakan adalah 90 responden dengan *nonprobability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data primer (utama) dilakukan melalui pengisian kuesioner yang selanjutnya sudah diujicoba dan telah memenuhi persyaratan validitas dan reliabilitas.

Hasil uji hipotesis baik secara parsial maupun simultan memperlihatkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh yang hubungannya positif signifikan (sangat positif) terhadap kepuasan pelanggan di bengkel AHASS 02046 BSM Pedan. Dari hasil koefisien determinasi diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh sangat kuat terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 94%.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan

HALAMAN ABSTRACT

The rapid development of motorbikes makes motorcycle manufacturers in Indonesia do various businesses and compete fiercely to get new customers or retain old customers. One of the motorcycle manufacturers in Indonesia, namely Honda, was able to become the market leader in selling two-wheeled vehicles in Indonesia during the 2015-2019 period. One of the strategy consistently implemented by Honda motorcycle manufacturers is always increase the availability of after sales services (maintenance and parts) through its official workshop, namely AHASS in order to remain able to retain customers; Honda motorbikes remain durable, safe, and comfortable to use; and the resale value still high. In accordance with its vision and mission, AHASS always strives to ensure that its customers are truly satisfied with the after sales services provided. There are several ways to find this out, one of them is by gaining recognition of good service quality and good prices from customers.

This study aims to determine how much the influence of service quality and price partially and simultaneously on customer satisfaction using quantitative descriptive methods through correlational studies. The data analysis technique used is multiple linear regression with the population is the result of forecasting with the Trend Least Square method for Honda AHASS 02046 BSM Pedan official motorcycle workshop customers for the period of July 2020. The sample used was 90 respondents with nonprobability sampling with accidental sampling techniques. Primary data collection is carried out by filling out a questionnaire which has been tested and has met the validity and reliability requirements.

The results of hypothesis testing both partially and simultaneously show that the variables of service quality and price have a significant positive (very positive) correlation effect on customer satisfaction in the AHASS 02046 BSM Pedan official garage. From the results of the coefficient of determination, it is known that the variables of service quality and price together have a very strong effect on customer satisfaction, which is 94%.

Keywords: Service Quality, Price, and Customer Satisfaction