

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini kemajuan dan perkembangan menimpa segala aspek kehidupan. Persaingan bisnis diantara perusahaan semakin ketat baik di pasar domestik maupun internasional. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen pada industri jasa, kualitas layanan harus dikelola dengan baik. Pasar yang kompleks, kompetisi yang gencar, dan konsumen yang banyak keinginan, semuanya adalah gambaran tentang persaingan pasar saat ini. Menurut Kaplan dan Norton, persaingan global pada saat ini sudah merupakan fenomena yang tak terhindarkan dalam dunia industri, yang ditandai dengan perubahan-perubahan yang serba cepat dibidang komunikasi, informasi dan teknologi.¹

Seiring dengan kemajuan teknologi informasi, masyarakat telah banyak menstransformasikan berbagai macam kegiatan sehari-hari dengan bantuan fitur aplikasi *mobile*. Fitur aplikasi ini tersedia pada alat komunikasi mereka. Kegiatan pada aspek kehidupan tersebut mulai dari sektor ekonomi seperti adanya *mobile e-banking* yang merupakan fasilitas yang diberikan oleh bank, media untuk nasabah mencari informasi yang dibutuhkan, lalu aspek pendidikan melalui fitur aplikasi belajar seperti Ruang Guru dan lain sebagainya. Lalu tersedia aplikasi perdagangan seperti Olx, Blibli.com,

¹ Fredly Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2006), hal. 8

Lazada, Shopee dan lain sebagainya.² Dan yang terbaru ini adalah aspek transportasi yang tersentuh aplikasi *mobile* yakni aplikasi BromPit. BromPit sendiri merupakan perusahaan transportasi yang berfokus pada layanan *booking service* sepeda motor Honda di wilayah Jawa Timur.

Dengan semakin banyaknya masyarakat memiliki kendaraan bermotor, maka banyak sekali menciptakan peluang pekerjaan bagi masyarakat baik itu sebagai pemilik dealer kendaraan, sebagai penjual motor bekas, maupun dengan usaha bengkel kendaraan bermotor. Banyak sekali bengkel yang beroperasi di Indonesia baik bengkel dealer yaitu bengkel AHASS yang memberikan pelayanan pada motor Honda, bengkel pelayanan umum yaitu bengkel yang mampu melayani perawatan dan perbaikan pada beberapa komponen pada sebuah kendaraan, bengkel pelayanan khusus yaitu bengkel yang memiliki spesialisasi dalam hal perawatan dan perbaikan salah satu elemen kendaraan misal bengkel yang memberikan pelayanan berupa perbaikan di lokasi kendaraan milik konsumen.

Adapun alasan pendirian bengkel karena pada kondisi tertentu kendaraan bermotor memerlukan perawatan atau perbaikan. Perawatan dan perbaikan harus dilakukan agar umur pakai kendaraan lebih panjang atau paling tidak sama dengan umur pakai yang telah diprediksi oleh pabrik pembuat, meskipun demikian perbaikan dan perawatan bukan pekerjaan yang mudah karena memerlukan pengetahuan khusus. Untuk memperoleh

² Rilie Rizky Fitria Mu'izz, *Kualitas Aplikasi Mobile Go Jek Di Kalangan Masyarakat Kota Surabaya (Study Deskriptif Kualitas dan Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi Aplikasi Go Jek)*, Jurnal, 2016, hal. 3

pengetahuan, tentu saja diperlukan kemauan dan waktu. Namun, sebagian besar pemilik kendaraan bermotor biasanya merasa dirinya tidak memiliki kedua hal tersebut. Karena dengan segala aktivitas yang dilakukannya maka pemilik kendaraan bermotor beranggapan terlalu sibuk sehingga tidak perlu mempelajari komponen kendaraan karena telah ada pihak yang dapat dibayar untuk jasa perbaikan maupun *service* kendaraan.

Perusahaan yang mampu memahami perilaku pembelian konsumen, mereka yang akan memenangkan persaingan. Perusahaan yang memahami keinginan dan kebutuhan konsumen akan lebih mengerti bagaimana melakukan strategi-strategi yang efektif agar melakukan pembelian dan selanjutnya melakukan pembelian ulang. Hasil penelitian Oliver menyatakan bahwa pengalaman pembelian yang memuaskan menjadi salah satu alasan untuk tetap tertarik pada produk tersebut, yang pada akhirnya mengarah pada pembelian ulang.³ Pelanggan yang puas mungkin juga memberitahu pada yang lain tentang pengalaman yang menguntungkan mereka, dengan demikian menghasilkan informasi dari mulut ke mulut yang positif. Kemudian menurut Kotler, dalam persaingan perekonomian yang persaingannya maha hebat dengan banyaknya pembeli rasional, perusahaan hanya dapat menang dengan menciptakan dan memberikan nilai yang unggul.⁴ Dengan demikian perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya.

³ R. L. Oliver, *Satisfaction a Behavior Perspective On The Consumer*, (New York: Mc Graw Hill, 1997), hal. 10

⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2005), hal. 79

Sebagai institusi jasa, bengkel AHASS tidak hanya dituntut untuk memenuhi pelayanan dengan baik, akan tetapi juga harus mampu bersaing untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Tuntutan ini adalah mutlak agar tercipta sebuah loyalitas konsumen yang kelak akan menjadi aset yang berharga bagi perusahaan. Oleh karena itu diperlukan suatu konsep berwawasan pelanggan dimana bengkel memusatkan perhatian penuh terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kunci sukses menjadi *market leader* tentunya memiliki strategi-strategi dalam pencapaiannya. Salah satu kuncinya adalah kepuasan konsumen yang didapat dari konsumen pengguna aplikasi BromPit. Pemenuhan kepuasan konsumen menjadi hal yang wajib untuk dipenuhi oleh perusahaan agar mampu bertahan di pasar khususnya pasar transportasi. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.⁵ Oleh karena itu mengukur tingkat kepuasan konsumen sangatlah perlu demi kelangsungan perusahaan. Jika kepuasan konsumen terpenuhi maka akan timbul penggunaan yang seterusnya dilakukan oleh konsumen dan akan membuat perusahaan mendapatkan keuntungan besar dari pemenuhan kepuasan. Kepuasan konsumen tercipta atas kinerja yang dilakukan suatu perusahaan. Konsumen yang merasa puas menggambarkan

⁵ Phillips Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhalindo , 2005), hal. 70

bahwa kinerja jasa yang diberikan AHASS (BromPit) telah memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen.

Dalam menunjang kepuasan konsumen tentunya dibutuhkan faktor pendukung untuk mencapai kepuasan konsumen yang akan dirasakan oleh konsumen. AHASS sebagai jasa servis motor Honda memiliki alat untuk mengoperasikan layanannya berupa Aplikasi BromPit (*mobile*). Setiap aplikasi *mobile* pasti memiliki kualitas dalam pengoperasiannya. Crosby menyatakan kualitas sebagai kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan. Kualitas dan layanan memainkan peranan penting dalam pemasaran semua produk/jasa, dan terutama menjadi hal penting dalam banyak industri karena merupakan pembeda yang paling efektif bagi sejumlah produk/jasa.⁶ Pada tahun 1992 DeLone dan McLean mengemukakan teori tentang kesuksesan sistem informasi yang dikenal dengan *DeLone and McLean Model Information System Success Model*. Pada tahun 2003, W. DeLone dan E. McLean memperbarui model untuk mengukur kualitas sistem informasi yang hasil dari kontribusi beberapa penelitian sebelumnya dan akibat perubahan peran dan penanganan sistem informasi yang telah berkembang DeLone dan McLean memperbaharainya dan menyebutnya sebagai Model Kesuksesan Sistem Informasi D&M Model.⁷ Pada dasarnya kualitas mengacu pada pengertian pokok yaitu kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk/jasa, baik

⁶ Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk & Jasa Cetakan Ke-Lima*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2010), hal. 2

⁷ Rilie Rizky Fitria Mu'izz, *Kualitas Aplikasi Mobile Go Jek Di Kalangan Masyarakat Kota Surabaya (Study Deskriptif Kualitas dan Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi Aplikasi Go Jek)*, Jurnal, 2016, hal. 4

keistimewaan langsung maupun keistimewaan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen.⁸ Hal ini sesuai dengan teori “*Quality*” yang dikemukakan oleh Marcel, bahwa keberhasilan suatu tindakan jasa ditentukan oleh kualitas. Kualitas merupakan apresiasi tertinggi dari tindakan pelayanan. Perusahaan semakin menyadari dan mengakui bahwa suatu perusahaan secara keseluruhan harus memperhatikan kualitas. Setiap organisasi secara keseluruhan harus memperhatikan kualitas. Semua ini mengarahkan pengertian baru mengenai kualitas, yaitu tingkat dimana produk sesuai dengan spesifikasi dan harapan pelanggan. Jadi, kualitas merupakan ukuran sampai sejauh mana produk/jasa sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan.⁹

Kualitas aplikasi akan membuat konsumen merasa dimudahkan dengan fitur-fitur yang ada dalam aplikasi tersebut. Kualitas aplikasi menitikberatkan pada kemudahan penggunaannya dan kualitas aplikasi ini dapat dilihat dari kelengkapan informasi yang disajikan, relevan terhadap kebutuhan pengguna, akurat yang berarti benar tidak menyesatkan pengguna, format tidak rumit ketika digunakan, dan ketepatan waktu yaitu informasi harus *up to date*. Jika semua hal itu dapat terpenuhi tentunya konsumen akan puas terhadap kualitas aplikasi yang diberikan.

Faktor pendukung lain untuk mencapai kepuasan yang akan dirasakan konsumen adalah kualitas layanan. Menurut Nasution, pelayanan yang unggul diartikan sebagai suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan

⁸ Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk & Jasa Cetakan Ke-Lima*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2010), hal. 3

⁹ Toni Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*, (Jakarta : PT Indeks, 2011), hal. 5

secara memuaskan¹⁰. Kualitas layanan yang dirasakan konsumen setelah menggunakan sebuah jasa. Kualitas layanan menitikberatkan pada empat aspek dalam konsep kualitas, yaitu kecepatan, ketetapan, keramahan dan kenyamanan. Pelayanan dikatakan baik menurut Nasution yaitu apabila setiap karyawannya harus memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan yang baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan semangat kerja dan sikap selalu siap untuk melayani pelanggan, mampu berkomunikasi dengan baik, secara memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan.¹¹ Konsep kualitas layanan yang harus dipahami dalam memberikan pelayanan yang sebenarnya tentang pemasaran dengan kualitas layanan. Hal tersebut bukan hanya bersifat cerita atau sesuatu yang bersifat mengada-ngada. Hal ini sesuai yang dikemukakan Yong dan Loh bahwa kualitas pelayanan harus disesuaikan dengan suatu standar yang layak, seperti standar ISO (*International Standardization Organization*), sehingga dianggap sebagai suatu kondisi yang sehat untuk tujuan atau pemakaian, memiliki keselarasan dengan spesifikasi, kebebasan dengan segala kekurangannya, membentuk kepuasan pelanggan, memiliki kredibilitas yang tinggi dan merupakan kebanggaan.¹² Jika perusahaan jasa seperti AHASS mengimplementasikan ke semua aspek tersebut tentunya akan mendapatkan timbal balik yang positif dari konsumen. Konsumen yang sudah merasakan kualitas layanan akan memiliki pengalaman yang positif seperti mendapatkan manfaat atas terpenuhinya kebutuhan dan

¹⁰ M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), hal. 49

¹¹ *Ibid*, hal. 51

¹² Yong C.Z dan Yun Y.W Loh L, *The Quest Of Global Quality*, (diterjemahkan oleh Surtanto) , (Jakarta: Pustaka Delapratasa, 2003), hal. 146

permintaan mereka. Jika konsumen merasa pelayanan yang diberikan AHASS sesuai dengan harapan maka konsumen cenderung akan puas terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh AHASS melalui Aplikasi BromPit.

Harga juga menjadi faktor pendukung tercapainya kepuasan konsumen. Penentuan harga menjadi penting untuk menjaga eksistensi layanan AHASS yang terjangkau. Harga yang ditawarkan AHASS mampu membuat konsumen tertarik untuk merasakan jasa yang ditawarkan AHASS, sehingga nantinya konsumen akan dapat merasakan puas tidaknya atas harga yang diberikan. Harga berfokus pada harga terjangkau, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, harga mempengaruhi daya beli konsumen, dan harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan. Untuk mengetahui harga yang cocok untuk konsumen, perusahaan harus melakukan riset yang mendalam agar dapat menentukan harga yang cocok untuk konsumen. Sehingga perusahaan dapat melakukan transaksi jual beli secara lancar. Bagi perusahaan harga tersebut akan memberikan hasil dengan menciptakan sejumlah pendapatan dan keuntungan bersih.¹³ Oleh karena itu, harga yang ditawarkan AHASS diharapkan dapat menjangkau banyak orang untuk dapat menikmati jasa yang ditawarkan AHASS. Harga diharapkan oleh konsumen sesuai dengan kualitas produk jasa yang ditawarkan oleh AHASS. Manfaat yang dirasakan konsumen sesuai dengan harga yang dibayarkan akan membuat kesan positif yang diterima AHASS dari

¹³ Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2000), hal. 148

konsumennya. Harga yang cocok dengan daya beli konsumen membuat AHASS akan terus digandrungi dan bertahan pada pasar. Harga cenderung mempengaruhi konsumen untuk menentukan pilihan dalam menggunakan suatu jasa.

Kepuasan adalah sejauh mana tingkatan produk atau jasa dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan adalah hasrat yang tidak bisa diukur dengan nilai, masing-masing orang memiliki cita rasa yang berbeda namun jika yang diinginkan terpenuhi maka akan menghasilkan sebuah kepuasan tersendiri. Islam sebagai agama yang *rahmatan lil 'alamin* tidak membatasi konsumsi sebagai wujud kebersinambungan antara sang makhluk (*hablu minan nas*) dan antara sang tuhan (*hablu minallah*).¹⁴ Kepuasan konsumen diartikan suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk atau jasa sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Jika produk atau jasa tersebut jauh dibawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika produk atau jasa tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan produk atau jasa tersebut, informasi dari orang lain, dan informasi yang diperoleh dari iklan atau promosi yang lain.¹⁵

Aplikasi BromPit yang rilis pada bulan Oktober 2020 diciptakan untuk mempermudah layanan *booking service* untuk para konsumen AHASS yang ingin membeli jasa *service* sepeda motor Honda secara mudah hanya dengan

¹⁴ Aan Zainul, *Mikro Ekonomi Islam 5 Teori Perilaku*, www.belajar.blogspot.com, di akses pada tanggal 24 Maret 2021 pukul 00.10 WIB

¹⁵ Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hal. 181

memanfaatkan aplikasi untuk konsumen dan aplikasi website untuk AHASS. Selain untuk mempermudah *booking service*, yang melatarbelakangi Aplikasi BromPit dari sisi konsumen diantaranya adalah mau *service* harus datang pagi-pagi karena takut ramai, harus antri untuk daftar *service* dan proses daftarnya lama, bosan menunggu karena menunggu selama motor diservis. Sedangkan dari sisi AHASS adalah berapa banyak motor yang akan servis, ada motor konsumen yang belum selesai dikerjakan, proses administrasi klaim KPB dan program cukup merepotkan, dan bagaimana cara mempromosikan bengkel agar dikenal konsumen.

Bikers Honda dan members komunitas Honda merupakan konsumen loyal Honda. Untuk para konsumen Honda termasuk members komunitas, ada aplikasi BromPit dari MPM Honda Jawa Timur. Aplikasi BromPit adalah jawaban tepat dan praktis untuk pelanggan Honda. Karena banyak keuntungan yang didapat dengan download dan instal Aplikasi BromPit ini. Keuntungan ini antara lain: 1) Mengaktifkan asuransi kecelakaan diri, 2) Mendapat *booking service* prioritas, tidak perlu antri lama, 3) Konsumen akan diingatkan ketika waktunya *service*, 4) Motor akan terawat dan kondisinya terjaga dengan perawatan berkala, 5) Banyak promo dari AHASS dan *merchant* Honda, 6) *Emergency call* jika ada keadaan darurat seperti motor mogok di jalan, 7) Terdapat info baru seputar Honda dan motor-motor

Honda, 8) Ada games dan hadiah yang menarik dan masih banyak keuntungan lainnya.¹⁶

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis mencoba mengadakan penelitian dengan mengambil judul “**Pengaruh Kualitas Aplikasi, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen AHASS (Studi Kasus pada Konsumen Pengguna Aplikasi BromPit AHASS Jombang)**”.

B. Identifikasi Masalah

Penelitian ini membahas tentang sejauh mana pengaruh kualitas aplikasi, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen AHASS (studi kasus pada konsumen pengguna Aplikasi BromPit AHASS Jombang). Hasil dari penelitian ini adalah dilandasi pada teori-teori yang berkaitan, kuesioner dari konsumen, serta penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas aplikasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen AHASS (studi kasus pada konsumen pengguna Aplikasi BromPit AHASS Jombang) ?

¹⁶ <https://www.hondacommunity.net/read/News/24070-Banyak-Keuntungan-Download-Aplikasi-BROMPIT-Di-Smartphone> Di akses tanggal 16 Februari 2021 pukul 23.20 WIB

2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen AHASS (studi kasus pada konsumen pengguna Aplikasi BromPit AHASS Jombang) ?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen AHASS (studi kasus pada konsumen pengguna Aplikasi BromPit AHASS Jombang) ?
4. Apakah kualitas aplikasi, kualitas layanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen AHASS (studi kasus pada konsumen pengguna Aplikasi BromPit AHASS Jombang) ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas aplikasi terhadap kepuasan konsumen AHASS (studi kasus pada konsumen pengguna Aplikasi BromPit AHASS Jombang).
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen AHASS (studi kasus pada konsumen pengguna Aplikasi BromPit AHASS Jombang).
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan konsumen AHASS (studi kasus pada konsumen pengguna Aplikasi BromPit AHASS Jombang).

4. Untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas aplikasi, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen AHASS (studi kasus pada konsumen pengguna Aplikasi BromPit AHASS Jombang).

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

a. Bagi Peneliti

Manfaat bagi penulis untuk memenuhi persyaratan guna menyusun skripsi serta untuk menambah wawasan mengenai pengaruh kualitas aplikasi, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen AHASS (studi kasus pada konsumen pengguna Aplikasi BromPit AHASS Jombang). sebagaimana sesuai dengan teori yang telah diberikan dengan penerapan secara praktek.

b. Bagi Lingkungan Akademik

Untuk dapat dijadikan bahan atau acuan dalam memberikan pengetahuan dan pengembangan terhadap mahasiswa/mahasiswi di lingkungan kampus dalam proses perkuliahan.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Dari penelitian ini, penulis dapat meningkatkan kemampuan dalam melakukan sebuah penelitian ilmiah.

b. Bagi Lembaga

Diharapkan dapat berguna untuk memberikan masukan atau saran terhadap bengkel AHASS untuk meningkatkan kepuasan konsumen dari segi kualitas aplikasi, kualitas layanan, dan harga.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau acuan untuk pihak lain yang akan melakukan penelitian.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Dalam penelitian perlu adanya ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, dengan adanya ini seorang peneliti tahu bahwa dimana dia akan membatasi ruang yang dia teliti dan juga berdasarkan ruang lingkup yang ada. Ruang lingkup digunakan sebagai alat pengukur untuk penelitian yang diteliti. Dalam penelitian ini berfokus pengaruh kualitas aplikasi, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen AHASS (studi kasus pada konsumen pengguna Aplikasi BromPit AHASS Jombang).

2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya terbatas pada satu perusahaan yaitu Bengkel AHASS Jombang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa penyebaran kuesioner kepada para pelanggan setia bengkel AHASS yang telah melakukan *booking service* melalui Aplikasi BromPit sebanyak 80 reponden. Penelitian ini berfokus pada variabel bebas (X) dan

variabel terikat (Y). Dimana variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas aplikasi (X₁), kualitas layanan (X₂), harga (X₃), sedangkan variabel terikat dari penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).

G. Penegasan Istilah

1. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.¹⁷
2. Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.
3. Aplikasi adalah suatu perangkat lunak (software) atau program komputer yang beroperasi pada sistem tertentu yang diciptakan dan dikembangkan untuk melakukan perintah tertentu.¹⁸
4. Layanan adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan kepada pelanggan yang telah membeli produknya.
5. Harga adalah sejumlah yang dikeluarkan sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa, harga juga dapat dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen.¹⁹

¹⁷ Hasan Alwi, dkk., *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka, 2005), hal. 849

¹⁸ Syafrial Fachri Pane, dkk., *Membangun Aplikasi Peminjaman Jurnal Menggunakan Aplikasi Oracle Apex Online*, (Jakarta: Kreatif, 2020), hal. 53

¹⁹ Aprihatiningrum Hidayati, dkk., *Loyalitas Dan Kepuasan Konsumen: Tinjauan Teoritik*, (t.k: Ciptapublishing, 2021), hal. 43

6. Kepuasan adalah suatu respon emosi seseorang terhadap suatu hal yang tengah menghadapinya. Emosi berarti menunjukkan perasaan suka atau tidak suka terhadap suatu hal.
7. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
8. BromPit adalah sebuah aplikasi berbasis android yang bisa anda pasang/install di ponsel pintar anda. Aplikasi ini ditujukan untuk mempermudah para konsumen sepeda motor Honda di Jawa Timur.²⁰
9. AHASS adalah bengkel yang didirikan khusus melayani konsumen bengkel sepeda motor merek Honda dan mempunyai syarat standar bengkel tertentu dari PT. ASTRA selaku produsen sepeda motor merek Honda dalam hal pelayanan dan fasilitas bengkel.²¹

H. Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi dilakukan dengan sistematika yang sedemikian rupa untuk memudahkan pemahaman serta memfokuskan sasaran, oleh karenanya penulis melakukan penulisan dengan sistem susunan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN memaparkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, identifikasi penelitian, kegunaan

²⁰ <http://www.garudamotor1jajag.com/2019/09/brompit-aplikasi-honda-jatim.html>. Di akses tanggal 17 Februari 2021 pukul 17.30 WIB

²¹ <https://text-id.123dok.com/document/nzwr9331y-gambaran-umum-perusahaan-a-bengkel-ahass.html> Di akses tanggal 17 Februari 2021 pukul 17.20 WIB

atau manfaat hasil penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II KAJIAN PUSTAKA memaparkan kajian teori dan konsep, dan penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN memaparkan pendekatan dan jenis penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN memaparkan temuan informasi selama proses penelitian. Dalam bab ini dipaparkan masalah yang muncul beserta jawaban atas permasalahan tersebut. Informasi berasal dari observasi maupun wawancara baik secara langsung maupun tidak langsung dengan para investor.

BAB V PEMBAHASAN memaparkan praktek pengambilan strategi dan sinkronisasi terhadap teori yang sudah ada. Dalam bab ini dipaparkan hasil dari proses penelitian analisis hubungan antara kualitas aplikasi, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen AHASS.

BAB VI PENUTUP memaparkan kesimpulan dan saran. Kesimpulan memuat ringkasan hasil bahasan penelitian. Sementara saran berisikan argumen peneliti kepada pihak yang bersangkutan dalam penelitian sebagai upaya perbaikan kedepan.

Bagian akhir memuat daftar pustaka dan lampiran-lampiran.