

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga servis ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) dengan kinerja karyawan ( $X_3$ ) sebagai variabel *intervening*. Studi kasus pada bengkel mobil OMEGA 2 Jalan Bendo-Ngetal Trenggalek. Adapun pembahasan masing-masing variabel disajikan sebagai berikut :

#### **1. Pengaruh Harga Servis ( $X_1$ ) terhadap Kinerja Karyawan ( $Y_1$ )**

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti diperoleh hasil bahwa variabel harga servis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi harga servis yang diberikan maka semakin meningkat pula kepuasan kinerja karyawan bengkel mobil OMEGA 2. Hal ini dikarenakan kinerja merupakan variabel yang sangat penting dalam menentukan persepsi harga bagi pelanggan. Sehingga harga yang rendah atau harga yang tinggi menjadi pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran.

Persepsi harga jika dilihat dari sudut pandang pelanggan, seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana persepsi harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Pada tingkat persepsi harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Armstrong (1994) bahwa pengklasifikasian hubungan ukuran kinerja dibagi dalam empat tipe ukuran, yaitu sebagai berikut: Ukuran uang, (dipergunakan untuk mengukur memaksimalkan *income*, meminimalkan pengeluaran, dan meningkatkan tingkat pendapatan), Ukuran waktu, (mengekspresikan kinerja dengan jadwal waktu kerja, jumlah jaminan simpanan dan kecepatan aktivitas), Ukuran pengaruh, (termasuk pencapaian standar, perubahan dalam perilaku (kolega, staf atau pelanggan), pelengkap fisik kerja dan tingkat penerimaan layanan), Reaksi (menunjukkan bagaimana orang lain menilai pekerja dan oleh karenanya kurang objektif. Reaksi dapat diukur dengan penilaian oleh rekan kerja, pelanggan, atau analisis terhadap keluhan).

Selain itu, Fandy Tjiptono (2004) juga menyatakan bahwa faktor yang penting untuk membuat pelanggan tetap puas adalah dengan memberikan produk atau jasa secara rutin pada tingkat harga yang masuk akal dan mau mereka bayar. Penetapan harga merupakan suatu ketetapan yang cukup kompleks dan sulit bagi perusahaan. Perusahaan harus dapat menetapkan harga yang paling tepat dalam arti memberikan keuntungan yang paling baik. Perusahaan yang menetapkan harga salah, akan dapat menimbulkan kesulitan atau ketidakpuasan konsumen, bahkan dapat menyebabkan kegagalan bagi perusahaan.

Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini yaitu  $H_1$  diterima. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara harga servis terhadap kinerja karyawan. Dengan kata

lainharga servis di bengkel mobil OMEGA 2 sangat menentukan kinerja karyawan di bengkel ini, karena besarnya biaya perbaikan yang ditetapkan tergantung tingkat kualitas manfaat jasa tersebut. Semakin tinggi biaya perbaikan, maka pelanggan menuntut tinggi pula kualitas manfaat atas kinerja karyawan tersebut dalam penggunaan jasa bengkel tersebut, demikian sebaliknya.

## **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kinerja Karyawan ( $Y_1$ )**

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal ini karena pelayanan pelanggan merupakan unsur yang sangat penting untuk menumbuhkan kepuasan pelanggan yang mana pada akhirnya menumbuhkan loyalitas pada pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan hal mutlak yang harus dimiliki oleh perusahaan atau instansi yang menawarkan jasa, karena dengan kualitas pelayanan kepada pelanggan, perusahaan atau instansi dapat mengukur tingkat kinerja yang telah dicapai. Tinggi rendahnya suatu kualitas pelayanan tergantung pada bagaimana penerimaan pelanggan akan pelayanan nyata dari kinerja yang diperolehnya sehubungan dengan apa yang mereka harapkan.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Armstrong (1994) bahwa pengklasifikasian hubungan ukuran kinerja dibagi dalam empat tipe ukuran, yaitu sebagai berikut: Ukuran uang, (dipergunakan untuk mengukur memaksimalkan *income*, meminimalkan pengeluaran, dan meningkatkan tingkat pendapatan), Ukuran waktu, (mengekspresikan kinerja dengan jadwal

waktu kerja, jumlah jaminan simpanan dan kecepatan aktivitas), Ukuran pengaruh, (termasuk pencapaian standar, perubahan dalam perilaku (kolega, staf atau pelanggan), pelengkap fisik kerja dan tingkat penerimaan layanan), Reaksi (menunjukkan bagaimana orang lain menilai pekerja dan oleh karenanya kurang objektif. Reaksi dapat diukur dengan penilaian oleh rekan kerja, pelanggan, atau analisis terhadap keluhan).

Selain itu, Fandy Tjiptono (2004) juga menyatakan bahwa suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani. Apabila jasa yang diterima sesuai harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan sebaliknya jika jasa diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik dan tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini yaitu H<sub>2</sub> diterima. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kinerja karyawan. Dengan kata lain kualitas pelayanan di bengkel mobil OMEGA 2 sangat menentukan kinerja karyawan di bengkel ini, karena tinggi rendahnya suatu kualitas pelayanan tergantung pada bagaimana penerimaan pelanggan akan pelayanan nyata dari kinerja yang diperolehnya sehubungan dengan apa yang mereka harapkan.

### **3. Pengaruh Harga Servis ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan Kinerja Karyawan ( $X_3$ ) sebagai Variabel *Intervening***

Berdasarkan hasil uji menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*), dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan dalam model penelitian ini memediasi hubungan antara harga servis terhadap kepuasan pelanggan bengkel mobil OMEGA 2. Variabel kinerja karyawan secara langsung mengakibatkan variabel harga servis mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Stanton (1998) yang menyatakan bahwa indikator yang mempengaruhi harga terhadap kepuasan pelanggan adalah melalui kualitas jasa (kinerja karyawan) itu sendiri berdasarkan keterjangkauan harga, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat sesuai dengan produk yang ditawarkan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Purnomo Edwin Setyo (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen “*Best Autoworks*” dengan hasil analisis bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan secara langsung terhadap kepuasan konsumen. Namun, variabel, obyek, metodologi penelitian dan pengukuran penelitian penulis dengan Edwin tentu berbeda, dimana Edwin menggunakan variabel tanpa adanya variabel *intervening* dan obyek penelitian yang tidak sama. Obyek penelitiannya pada Konsumen “*Best Autoworks*” sedangkan obyek peneliti di bengkel mobil OMEGA 2 Trenggalek.

Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini yaitu  $H_3$  diterima. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa ada pengaruh yang

signifikan antara harga servis terhadap kepuasan pelanggan melalui kinerja karyawan bengkel mobil OMEGA 2.

#### **4. Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan Kinerja Karyawan ( $X_3$ ) sebagai Variabel *Intervening***

Berdasarkan hasil uji menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*), dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan dalam model penelitian ini tidak memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bengkel mobil OMEGA 2. Variabel kinerja karyawan secara tidak langsung tidak mengakibatkan variabel kualitas pelayanan mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dari nilai pengaruh tidak langsung variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui variabel kinerja karyawan nilainya lebih kecil daripada nilai pengaruh langsung variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Di sisi lain dinyatakan bahwa sebagian besar responden memilih menggunakan jasa bengkel mobil OMEGA 2 bukan karena kinerja mekaniknya saja, tetapi dari fasilitas-fasilitas yang diberikan bengkel OMEGA 2, seperti ruang tunggu yang nyaman, free Wi-Fi dan dari keramahan pihak-pihak bengkel OMEGA dalam melayani pelanggan.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Wijaya Irwan (2002) bahwa bengkel mobil OMEGA 2 sudah memenuhi indikator-indikator atau dimensi kualitas pelayanan. Adapun teori yang dikemukakan Wijaya Irwan (2002) adalah faktor penilaian yang merefleksikan persepsi pelanggan ada lima dimensi, yaitu: Bukti Langsung (bukti fisik suatu perusahaan dalam

menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi), Keandalan (kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan), Daya tanggap (keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap), Jaminan (mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan), Empati (kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan).

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan Fransisca Margareta (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Motivasi Kerja terhadap Kepuasan Konsumen melalui Kinerja Karyawan pada Koperasi Karyawan PT Gula Putih Mataram” dengan hasil analisis bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan secara langsung melalui variabel *intervening* kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah. Namun, variabel, obyek, metodologi penelitian dan pengukuran penelitian penulisdengan Fransisca tentu berbeda, dimana Fransisca menggunakan variabel bebas kualitas pelayanan dan motivasi kerja dan obyek penelitian yang tidak sama. Obyek penelitiannya pada Nasabah Pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Yogyakarta sedangkan obyek peneliti di Trenggalek.

Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini yaitu  $H_4$  ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui kinerja karyawan bengkel mobil OMEGA 2.

#### **5. Pengaruh Kinerja Karyawan ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja karyawan tidak signifikan secara langsung terhadap kepuasan pelanggan bengkel mobil OMEGA 2. Variabel kinerja karyawan dalam penelitian ini hanya sebagai variabel *intervening* (perantara) antara harga servis dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Jadi variabel kinerja karyawan bukan variabel utama atas pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini menunjukkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi ukuran kepuasan pelanggan bengkel mobil OMEGA 2 Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi ukuran kepuasan pelanggan bengkel mobil OMEGA 2 adalah melalui kinerja karyawan. Selain itu, Indikator-indikator lainnya bukan hanya dari faktor kinerja karyawan (mekanik) saja, tetapi dari faktor-faktor lain seperti fasilitas-fasilitas yang diberikan, kelengkapan produk dan kualitas onderdil yang ditawarkan bervariasi, sikap terhadap pelanggan, ruang tunggu yang nyaman, free Wi-Fi dan dari keramahan pihak-pihak bengkel OMEGA 2 dalam melayani pelanggan. Selain itu karena memang citra bengkel itu sendiri sudah baik sehingga kepercayaan pelanggan terhadap bengkel OMEGA 2 menjadi loyalitas tersendiri bagi pelanggan.



Dari teori yang dikemukakan oleh A. Dale Timple (1992) faktor-faktor kinerja terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang dihubungkan dengan sifat-sifat seseorang. Misalnya, kinerja seseorang baik disebabkan karena mempunyai kemampuan tinggi dan seseorang itu tipe pekerja keras, sedangkan seseorang mempunyai kemampuan rendah dan orang tersebut tidak memiliki upaya-upaya untuk memperbaiki kemampuannya. Sedangkan faktor eksternal, yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja seseorang yang berasal dari lingkungan, seperti perilaku, sikap, tindakan-tindakan, rekan kerja, bawahan atau pimpinan, fasilitas kerja, dan iklim organisasi.

Oleh karena itu, menurut Agus Sunyoto (1999) dalam peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) perlu adanya pengembangan organisasi/perusahaan melalui evaluasi kinerja sebagaimana berikut :

Meningkatkan saling pengertian antara karyawan tentang persyaratan kinerja,  
Mencatat dan mengakui hasil kerja seorang karyawan, sehingga mereka termotivasi untuk berbuat yang lebih baik, atau sekurang-kurangnya berprestasi sama dengan prestasi yang terdahulu, Memberikan peluang kepada karyawan untuk mendiskusikan keinginan dan aspirasinya dan meningkatkan kepedulian terhadap pekerjaan yang diembannya sekarang, Mendefinisikan atau merumuskan kembali sasaran masa depan, sehingga karyawan termotivasi untuk berprestasi sesuai dengan profesinya, Memeriksa rencana pelaksanaan dan pengembangan yang sesuai dengan kebutuhan pelatihan

khusus, rencana diklat, dan kemudian menyetujui rencana itu jika tidak ada hal-hal yang perlu diubah.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan Eno Virgiawansyah et.al (2016) dengan judul “Pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen” dengan hasil analisis bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan secara langsung terhadap kepuasan konsumen. Namun, variabel, obyek, metodologi penelitian dan pengukuran penelitian penulisdengan Enotentu berbeda, dimana obyek penelitian Eno tidak sama dengan peneliti. Objek penelitiannya pada konsumen CV. TRITAMA Rental Mobil Pontianak sedangkan obyek peneliti di Trenggalek.

Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini yaitu  $H_5$  diterima. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa tidak ada pengaruh langsung yang signifikan antara kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan bengkel mobil OMEGA 2.