

SKRIPSI
IMPLIKASI HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DALAM MELAKUKAN PERAWATAN
MOBIL DI BENGKEL AUTO2000 SANUR



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Bali

Oleh
NI PUTU SYAHDA ADENIA
NIM : 2015744002

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024

SKRIPSI
IMPLIKASI HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DALAM MELAKUKAN PERAWATAN
MOBIL DI BENGKEL AUTO2000 SANUR



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Bali

Oleh
NI PUTU SYAHDA ADENIA
NIM : 2015744002

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Implikasi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Melakukan Perawatan Mobil di Bengkel Auto2000 Sanur
2. Penulis
a. Nama : Ni Putu Syahda Adenia
b. NIM : 2015744002
3. Jurusan : Administrasi Bisnis
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 21 Agustus 2024

Menyetujui:

Pembimbing I, Pembimbing II,



I Wayan Sukarta, SE., M.Agb Cokorda Gede Putra Yudistira, SE., MM.
NIP. 196005191989101001 NIP. 196808271993031002

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**IMPLIKASI HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DALAM MELAKUKAN PERAWATAN MOBIL DI BENGKEL
AUTO2000 SANUR**

Oleh:

NI PUTU SYAHDA ADENIA

NIM: 2015744002

Disahkan:

Penguji I

Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D.
NIP. 196409291990032003

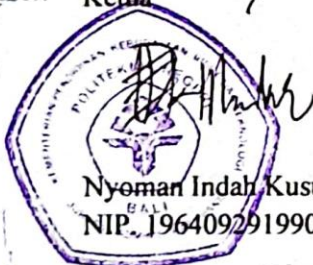
Ketua Penguji

I Wayan Sukarta, SE., M.Ag.
NIP. 196005191989101001

Penguji II

Dra. Anak Agung Raka Sitawati, M.Pd.
NIP. 196108121989032002

Mengetahui
Jurusan Administrasi Bisnis
Ketua



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE. MBA. Ph.D.
NIP. 196409291990032003

Badung, 21 Agustus 2024
Prodi Manajemen Bisnis Internasional
Ketua

Ketut Vini Elfarosa, SE, M.M.
NIP. 197612032008122001

MOTTO

“I am my rival. I want to grow more and be a better person.”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala berkat dan rahmat Tuhan Yang Maha Esa dan dukungan serta doa dari orang-orang terkasih, Skripsi dengan judul “Implikasi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Melakukan Perawatan Mobil di Bengkel Auto2000 Sanur” dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Dengan rasa bangga dan Bahagia, penulis haturkan rasa syukur dan terima kasih kepada:

Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan keteguhan hati kepada penulis selama penyelesaian skripsi ini, dan atas karunia-Nya maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Ayah Penulis I Made Suwana, Ibu penulis Ni Wayan Marsi, dan Adik-adik penulis, I Made Arya Satyana dan I Komang Yudis Erlangga yang telah memberikan dukungan moral serta materi serta doa untuk kesuksesan penulis.

Bapak dosen pembimbing yang telah senantiasa membimbing dan mengarahkan penulis selama penyelesaian skripsi ini serta Bapak dan Ibu dosen pengajar yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan pembelajaran agar penulis menjadi lebih baik.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ni Putu Syahda Adenia
NIM : 2015744002
Prodi/Jurusan : D4 Manajemen Bisnis Internasional/Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah SKRIPSI saya dengan judul:

“Implikasi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Melakukan Perawatan Mobil di Bengkel Auto2000 Sanur”

adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah SKRIPSI ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung, 30 Agustus 2024
Yang menyatakan,



Ni Putu Syahda Adenia
NIM. 2015744002

ABSTRAK

Perkembangan industri otomotif di Indonesia menjadi peluang bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang otomotif untuk memulai bisnisnya di Indonesia. Hal tersebut menyebabkan ketatnya persaingan di bidang otomotif, termasuk industri perbengkelan di Indonesia. Membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan sangat penting bagi industri perbengkelan agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan unggul dalam persaingan. Maka dari itu, dilakukan penelitian mengenai implikasi harga dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan perawatan mobil di bengkel Auto2000 Sanur pada tahun 2023. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria pelanggan dengan kendaraan yang tidak termasuk kedalam paket *service* manapun. Proses pengumpulan data primer dilakukan dengan penyebaran kuesioner ke 389 pelanggan yang sesuai dengan kriteria sampel secara *online* melalui media sosial dan dengan bantuan dari rekan *sales* serta *booking service* Auto2000 Sanur. Data yang dikumpulkan selanjutnya dianalisis dengan bantuan program SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan memiliki implikasi yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Besar pengaruh dari harga dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan adalah 86,8%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Industri Otomotif, Harga, Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRACT

The development of automotive industry in Indonesia is an opportunity for companies operating in the automotive sector to start their business in Indonesia. This causes tight competition in the automotive sector, including workshop industry in Indonesia. Building long-term relationships with customers is very important for workshop industry to increase customer loyalty and excel in competition. Therefore, research was conducted regarding the implication of price and service quality on customer loyalty. The population in this research are customers who did their car maintenance at the Auto2000 Sanur workshop in 2023. The sampling technique used is purposive sampling with the criteria of customers with vehicles that are not included in any service package. The data collection process was carried out by distributing questionnaires to 389 customers who matched the sample criteria online via social media and with help from sales colleagues and the Auto2000 Sanur booking service. The data collected analyzed with SPSS program. The results of this research show that price and service quality have positive and significant implications for customer loyalty, both partially and simultaneously. The influence of price and service quality on customer loyalty is 86.8%, while the rest is influenced by other variables not examined in this research

Keywords: Automotive Industry, Price, Service Quality, Customer Loyalty



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Implikasi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Melakukan Perawatan Mobil di Bengkel Auto2000 Sanur** tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dari Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Kepada Bapak I Nyoman Abdi, SE, M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk belajar di Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D. selaku ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali
3. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE., M.M. selaku ketua Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Internasional atas segala fasilitas, saran, dan masukan yang diberikan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi.
4. Bapak I Wayan Sukarta, SE., M.AgB selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Cokorda Gede Putra Yudistira, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta staff di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah meluangkan waktu untuk memberikan pembelajaran dan ilmu pengetahuan serta memberi bantuan dan pelayanan yang baik selama ini atas keperluan penulis di Jurusan Administrasi Niaga.
7. Bapak Nyoman Gede Tresna Triyana Anom selaku *Branch Head* dari PT Astra International Tbk – Auto2000 Sanur yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan selama 6 bulan.
8. Keluarga besar Auto2000 Sanur yang telah memberikan bimbingan dan lingkungan kerja yang nyaman kepada penulis selama melakukan Praktek Kerja Lapangan.
9. Bapak I Made Suwana dan Ibu Ni Wayan Marsi, selaku orang tua penulis yang telah memberikan dukungan moral dan materiil dalam penyusunan skripsi ini, serta Adik-adik penulis yang senantiasa memberikan semangat dan doa hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
10. Sahabat-sahabat saya, A.A Istri Ananda Shinta Dewi dan Dewa Ayu Putu Chandra Ayu Yasmini yang selalu menjadi rekan berbagi pengetahuan dan senantiasa menemani dan menyemangati penulis selama penyusunan skripsi

11. Teman-teman dari kelas VIIIB Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan semangat dan masukan selama pembuatan skripsi ini.
12. Han Jisung serta seluruh anggota Stray Kids yang senantiasa menemani dan memberi semangat kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi melalui karya-karyanya.
13. Kepada diri penulis sendiri, karena telah berusaha untuk melakukan yang terbaik dan pantang menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan skripsi ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Badung, 10 Juli 2024

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Ni Putu Syahda Adenia

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Praktis	7
1.4.2 Manfaat Teoritis	8
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10

2.1	Telaah Teori	10
2.1.1	Pemasaran.....	10
2.1.2	Loyalitas Pelanggan	16
2.1.3	Harga	20
2.1.5	Kualitas Layanan	24
2.2	Penelitian Sebelumnya (Kajian Empirik).....	28
2.3	Kerangka Konsep dan Hipotesis	46
BAB III METODE PENELITIAN		49
3.1	Tempat Penelitian.....	49
3.2	Populasi dan Sampel	49
3.2.1	Populasi.....	49
3.2.2	Sampel.....	50
3.3	Variabel Penelitian	50
3.3.1	Variabel Independen (X).....	51
3.3.2	Variabel Dependen (Y).....	54
3.4	Sumber Data	55
3.4.1	Data Primer	55
3.4.2	Data Sekunder	56
3.5	Jenis Data	56
3.5.1	Data Kualitatif.....	56

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

3.5.2	Data Kuantitatif.....	56
3.6	Metode Pengumpulan Data	57
3.6.1	Observasi.....	57
3.6.2	Kuesioner	57
3.7	Teknik Analisis Data	58
3.7.1	Uji Instrumen	58
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	59
3.7.3	Analisis Deskriptif	60
3.7.4	Regresi Linier Berganda	60
3.7.5	Analisis Koefisien Korelasi	61
3.7.6	Analisis Koefisien Determinasi	62
3.7.7	Uji Hipotesis	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Gambaran Umum Khalayak Sasaran	65
4.1.1	Sejarah Auto2000.....	65
4.1.2	Lokasi Auto2000 Sanur	67
4.1.3	Visi & Misi Auto2000 Sanur	67
4.1.4	Bidang Usaha	67
4.1.5	Struktur Organisasi Auto2000 Sanur	70
4.1.6	Tugas dan Tanggung Jawab Jabatan.....	71

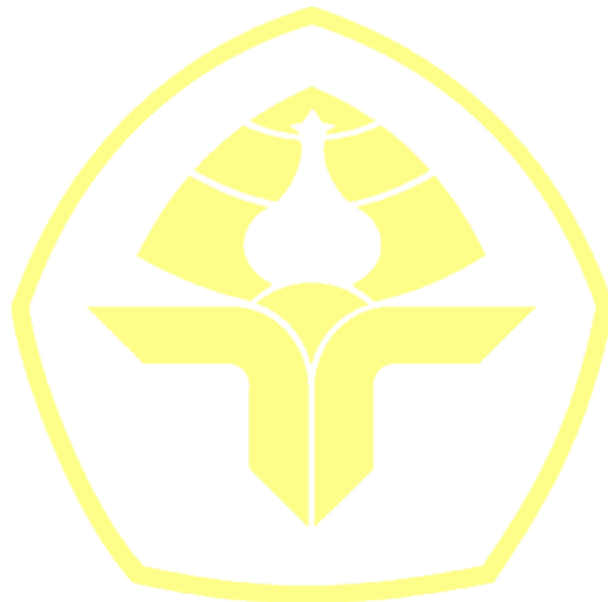
4.2	Hasil Analisis dan Pembahasan.....	77
4.2.1	Karakteristik Responden.....	77
4.2.2	Hasil Uji Instrumen.....	81
4.2.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	83
4.2.4	Analisis Deskriptif	87
4.2.5	Frekuensi Jawaban Responden	89
4.2.6	Analisis Regresi Linier Berganda	93
4.2.7	Analisis Koefisien Korelasi (R).....	94
4.2.8	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	95
4.2.9	Uji Hipotesis	96
4.2.10	Pembahasan.....	97
4.3	Implikasi Hasil Penelitian	100
4.3.1	Implikasi Teoritis	100
4.3.2	Implikasi Praktis	101
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		102
5.1	Simpulan.....	102
5.2	Saran.....	103

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pelanggan Service Bengkel Auto2000 Sanur Tahun 2023	5
Tabel 2. 1 <i>Statue of The Art</i> Penelitian	35
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Independen	52
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Dependen	55
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	80
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Perawatan Mobil....	81
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Instrumen	82
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	83
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	84
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas Monte Carlo.....	85
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinieritas	85
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser.....	86
Tabel 4. 12 Tabel Kategori Interval Kelas.....	87
Tabel 4. 13 Statistik Deskriptif	88
Tabel 4. 14 Tabel Kategori Interval Kelas.....	90
Tabel 4. 15 Frekuensi Jawaban Responden Menurut Nilai Rata-Rata (X1).....	90
Tabel 4. 16 Frekuensi Jawaban Responden Menurut Nilai Rata-Rata (X2).....	91
Tabel 4. 17 Frekuensi Jawaban Responden Menurut Nilai Rata-Rata (Y).....	92
Tabel 4. 18 Hasil Regresi Linier Berganda.....	93

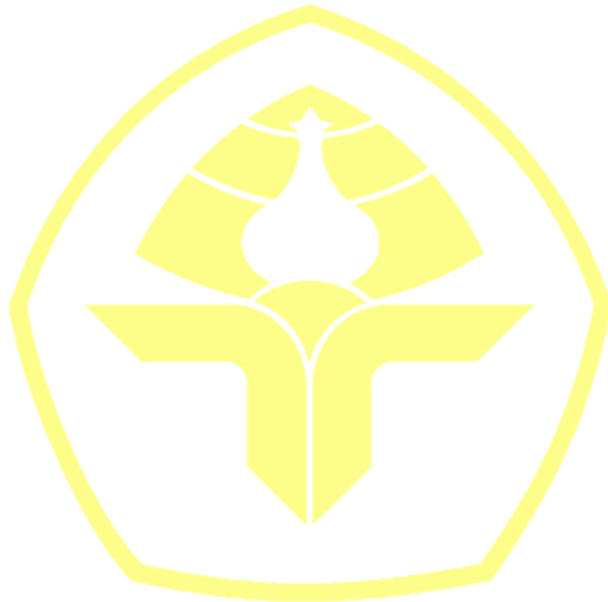
Tabel 4. 19 Hasil Analisis Koefisien Korelasi.....	95
Tabel 4. 20 Koefisien Determinasi	95
Tabel 4. 21 Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	96
Tabel 4. 22 Hasil Uji Hipotesis (Uji F).....	97



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Penjualan Mobil di Asia Tenggara 2023	1
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Auto2000 Sanur	70
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas P-Plot	84
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatter-Plot	86



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Formulir Proses Bimbingan Skripsi

Lampiran 2. Surat Penerimaan PKL oleh Perusahaan

Lampiran 3. Kuesioner Penelitian

Lampiran 4. Tabulasi Data

Lampiran 5. Hasil Uji Validitas

Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 7. Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 8. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Lampiran 9. Hasil Regresi Linier Berganda

Lampiran 10. Hasil Analisis Koefisien Korelasi (R)

Lampiran 11. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Lampiran 12. t Tabel

Lampiran 13. F Tabel

Lampiran 14. Hasil Uji Hipotesis

Lampiran 15. Luaran Penelitian

Lampiran 16. Riwayat Hidup Peneliti

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

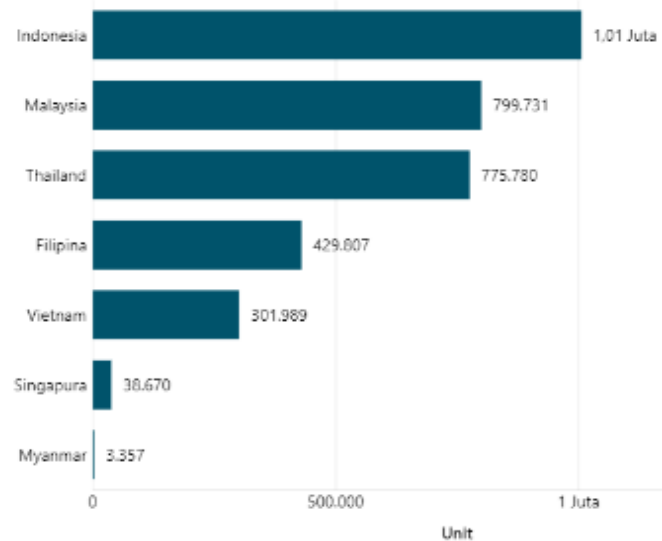
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya kemajuan teknologi mempengaruhi perkembangan dalam berbagai sektor industri, termasuk di industri otomotif. Industri otomotif di Indonesia mulai berkembang sejak tahun 1960-an karena banyaknya permintaan mobil, sehingga produsen mobil asing mulai masuk ke pasar Indonesia. Setelah tahun 1980-an, terjadi perkembangan yang cukup signifikan pada industri otomotif dengan banyaknya produsen mobil asing yang mendirikan pabriknya di Indonesia.

Saat ini, Indonesia merupakan pasar otomotif terbesar di Asia Tenggara. Menurut analisis penjualan kendaraan roda empat di tujuh negara Asia Tenggara termasuk Indonesia, Malaysia, Myanmar, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam oleh *ASEAN Automotive Federation (AAF)*, Indonesia mencatatkan diri sebagai pasar mobil terluas di kawasan tersebut, dengan total penjualan melebihi 1 juta unit pada 2023.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI



Gambar 1. 1 Jumlah Penjualan Mobil di Asia Tenggara 2023

Sumber: Nabilah (2024)

Melihat banyaknya penjualan mobil di Indonesia pada Tahun 2023, maka semakin banyak pula jumlah mobil yang ada di Indonesia. Berdasarkan Data Korps Lalu Lintas Polri, terdapat 19.853.781 unit mobil penumpang yang resmi terdaftar di Indonesia hingga Januari 2024. Jumlah tersebut mengalami peningkatan dari sebelumnya, dimana sebelumnya pada tahun 2022, jumlah mobil penumpang di Indonesia adalah sekitar 17,2 juta. Setiap mobil pastinya memerlukan perawatan maupun perbaikan agar setiap komponen yang ada pada mobil berada dalam kondisi yang baik dan untuk mendeteksi kerusakan yang ada sedini mungkin agar tidak menjadi semakin parah. Maka dari itu, bisnis di bidang perbengkelan, yang merupakan salah satu sistem bisnis dari industri otomotif menjadi salah satu usaha yang menjanjikan.

Untuk menjadi unggul di antara banyaknya bengkel resmi maupun non-resmi yang berada di Indonesia, perusahaan perbengkelan memerlukan pelanggan

yang loyal dimana pelanggan yang loyal akan mengutamakan untuk membeli produk dari suatu perusahaan dibanding perusahaan kompetitor dan memberi rekomendasi kepada keluarga maupun rekan-rekannya. Menurut Kotler & Keller (2016: 153), loyalitas atau kesetiaan adalah komitmen yang mendalam untuk terus membeli produk atau layanan yang disukai di masa depan, meskipun ada situasi atau upaya pemasaran yang mungkin mempengaruhi keputusan pelanggan untuk berpindah.

Harga yang setara dengan nilai yang diberikan akan membentuk loyalitas pelanggan (Harald, 2017 dalam Cardia et al, 2019). Menurut penelitian Cardia et al. (2019), harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan serupa juga diperoleh dari penelitian Insani & Madiawati (2020) yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Harga bisa dimaknai sebagai uang dan/atau elemen lain yang memiliki kegunaan tertentu untuk memperoleh sebuah produk (Tjiptono & Chandra, 2020: 412). Tjiptono & Chandra (2020: 420) menjelaskan bahwa penetapan harga oleh perusahaan didasarkan pada beberapa faktor, termasuk elastisitas harga terhadap permintaan pasar dan permintaan perusahaan, respons pesaing, biaya serta dampaknya terhadap profitabilitas, serta strategi terkait lini produk.

Faktor lain yang memiliki keterlibatan dengan loyalitas pelanggan disamping harga yakni kualitas layanan. Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan oleh Hashem et al. (2019), loyalitas pelanggan tercapai ketika perusahaan mampu memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan melalui pelayanan terbaik. Penelitian lain oleh Saputri (2019) juga menunjukkan bahwa kualitas layanan

memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Tjiptono & Chandra (2020: 101), menjelaskan bahwa kualitas layanan yang baik dicapai dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta menyampaikannya dengan tepat, baik sesuai dengan harapa pelanggan maupun melebihinya. Harapan pelanggan dapat dibagi menjadi tiga standar: pertama, *will expectation*, yaitu tingkat kinerja yang diharapkan konsumen berdasarkan informasi yang mereka terima; kedua, *should expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap wajar diterima konsumen, yang sering kali lebih tinggi daripada apa yang sebenarnya akan diterima; dan ketiga, *ideal expectation*, yaitu tingkat kinerja optimal yang diharapkan konsumen dapat diterima.

Auto2000 adalah perusahaan yang menyediakan layanan penjualan, perawatan, perbaikan, dan suku cadang untuk kendaraan Toyota, yang dikelola oleh PT Astra International Tbk. Saat ini, Auto2000 menjadi dealer utama Toyota terbesar di Indonesia, menguasai sekitar 70% hingga 80% dari total penjualan Toyota di negara ini. Bengkel resmi Auto2000 merupakan salah satu bagian dari Auto2000 yang menangani layanan setelah penjualan (*after sales*), dimana untuk membentuk pelanggan yang loyal, bengkel resmi Auto2000 harus memperhatikan harga produk dan juga kualitas pelayanan yang dimilikinya.

Auto2000 Sanur adalah salah satu cabang dari Auto2000 yang terletak di Jl. Bypass Ngurah Rai No.395, Sanur, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali. Auto2000 Sanur adalah outlet VSPBP yang menyediakan layanan jual beli, perawatan, perbaikan & pengecatan bodi kendaraan yang telah berdiri sejak 16 Februari 2011. Pada tahun 2020, jumlah pelanggan yang melakukan *service*

mengalami penurunan yang signifikan dibandingkan dengan tahun sebelumnya, dimana pada tahun 2019 jumlah pelanggan tercatat sebanyak 16.640 dan di tahun 2020 sebanyak 10.544. Pada tahun 2021, jumlah pelanggan tetap menurun yaitu sebanyak 10.113 pelanggan dan pada tahun 2022 mulai mengalami kenaikan, dimana pada tahun 2022 tercatat sebanyak 11.792 pelanggan. Pada tahun 2023, jumlah pelanggan yang datang ke Auto2000 Sanur untuk melakukan perawatan / *service* mobil mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya walaupun masih berada di bawah jumlah pelanggan pada tahun 2019. Rincian tentang jumlah konsumen yang mengunjungi bengkel Auto2000 Sanur untuk melakukan perawatan mobil tertera dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1. 1 Jumlah Pelanggan *Service* Bengkel Auto2000 Sanur Tahun 2023

Bulan	Jumlah Pelanggan
Januari	1.072
Februari	1.086
Maret	1.126
April	1.053
Mei	1.112
Juni	1.078
Juli	1.175
Agustus	1.148
September	1.087
Oktober	1.259
November	1.233
Desember	1.292
Total	13.721

Sumber: Auto2000 Sanur

Dari tabel tersebut, terlihat bahwa total jumlah pelanggan yang melakukan perawatan mobil di bengkel Auto2000 Sanur meningkat jika dibandingkan dari dua tahun sebelumnya, namun pada bulan-bulan tertentu terjadi penurunan jumlah

pelanggan. Bulan Desember tercatat sebagai bulan dengan jumlah pelanggan terbanyak, dan jumlah paling sedikit ada di bulan April. Untuk terus meningkatkan jumlah pelanggan yang melakukan perawatan mobil pada bengkel Auto2000, bengkel Auto2000 Sanur harus berusaha untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya. Oleh karena itu, dilakukanlah penelitian dengan judul Implikasi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Melakukan Perawatan Mobil di Bengkel Auto2000 Sanur.

1.2 Perumusan Masalah

Dari pokok-pokok permasalahan tersebut, rumusan masalah adalah sebagai berikut :

- 1.2.1. Apakah harga memiliki implikasi terhadap loyalitas pelanggan dalam melakukan perawatan mobil di bengkel Auto2000 Sanur secara parsial?
- 1.2.2. Apakah kualitas layanan memiliki implikasi terhadap loyalitas pelanggan dalam melakukan perawatan mobil di bengkel Auto2000 Sanur secara parsial?
- 1.2.3. Apakah harga dan kualitas layanan memiliki implikasi terhadap loyalitas pelanggan dalam melakukan perawatan mobil di bengkel Auto2000 Sanur secara simultan?
- 1.2.4. Sejauh mana harga dan kualitas layanan memiliki implikasi terhadap loyalitas pelanggan dalam melakukan perawatan mobil di bengkel Auto2000 Sanur?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari pelaksanaan ini adalah :

- 1.3.1. Untuk mengetahui implikasi dari harga terhadap loyalitas pelanggan dalam melakukan perawatan mobil di bengkel Auto2000 Sanur secara parsial
- 1.3.2. Untuk mengetahui implikasi dari kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dalam melakukan perawatan mobil di bengkel Auto2000 Sanur secara parsial
- 1.3.3. Untuk mengetahui implikasi dari harga dan kualitas layanan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan dalam melakukan perawatan mobil di bengkel Auto2000 Sanur
- 1.3.4. Untuk mengetahui seberapa jauh implikasi harga dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dalam melakukan perawatan mobil di bengkel Auto2000 Sanur

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari dilakukannya penelitian ini meliputi :

1.4.1 Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar sarjana terapan pada jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.

b. Bagi Politeknik Negeri Bali

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa Politeknik Negeri Bali yang berniat melakukan penelitian tentang harga, kualitas layanan, dan kesetiaan pelanggan di masa mendatang.

c. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Auto2000 Sanur dalam upaya meningkatkan kesetiaan pelanggan dalam melakukan perawatan mobil di bengkel resmi Auto2000 Sanur.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, diharapkan pembaca dapat memahami dan memperoleh wawasan mengenai pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kesetiaan pelanggan.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar penulisan skripsi ini lebih terstruktur dan terfokus pada pokok-pokok yang akan dibahas, disusunlah sebuah sistematika penulisan. Skripsi ini terdiri dari lima bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pertama, diberikan penjelasan mengenai fenomena yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian, perumusan masalah penelitian, tujuan dilakukan penelitian, serta manfaat dari dilaksanakannya penelitian ini.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab kedua mencakup penjelasan tentang teori-teori utama dan teori-teori pendukung yang relevan dengan topik pembahasan, penelitian-penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini, serta kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

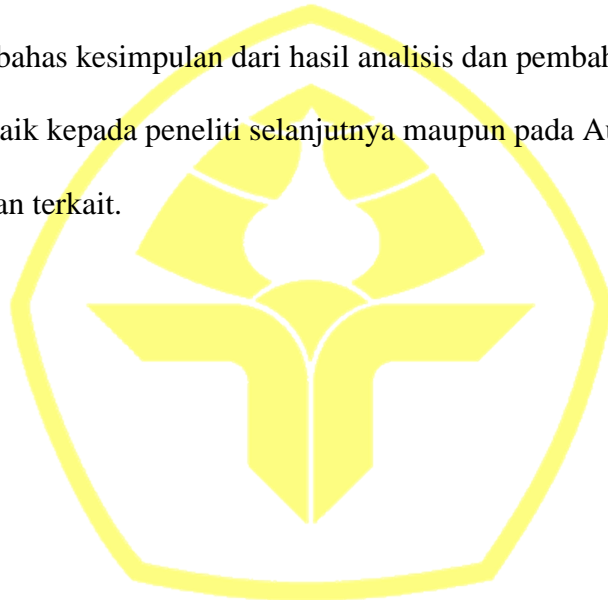
Bab ketiga membahas lokasi penelitian, penentuan populasi dan sampel, variabel yang diteliti, sumber serta jenis data yang akan digunakan, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data yang diterapkan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab keempat menyajikan penjelasan mengenai profil khalayak sasaran, hasil analisis beserta pembahasannya, serta implikasi dari temuan penelitian yang telah dilakukan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab kelima membahas kesimpulan dari hasil analisis dan pembahasan serta saran yang diberikan, baik kepada peneliti selanjutnya maupun pada Auto2000 Sanur sebagai perusahaan terkait.



**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI**

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang melibatkan 389 pelanggan yang melakukan perawatan mobil di Auto2000 Sanur dan tidak memiliki paket *service*, dapat disimpulkan bahwa:

- 5.1.1 Harga memberikan implikasi positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Peningkatan 1 satuan dalam pandangan konsumen terhadap harga yang ditetapkan oleh bengkel Auto2000 Sanur akan mengakibatkan kenaikan loyalitas pelanggan sebesar 0,442 satuan. Penelitian ini mencakup empat indikator harga, yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.
- 5.1.2 Kualitas layanan juga memberikan implikasi positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Peningkatan 1 satuan dalam kualitas layanan akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,274 satuan. Kualitas layanan yang dianalisis mencakup lima indikator, yaitu reliabilitas, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik.

5.1.3 Secara simultan, harga dan kualitas layanan memiliki implikasi positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di bengkel Auto2000 Sanur. Implikasi harga terhadap loyalitas pelanggan lebih besar dengan koefisien regresi sebesar 0,442, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan dalam pandangan konsumen mengenai harga akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,442 satuan.

5.1.4 Implikasi dari harga dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan mencapai 86,8%, sementara 13,2% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam studi ini.

5.2 Saran

Mengingat bahwa pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan lebih besar dibandingkan dengan kualitas layanan, disarankan agar bengkel Auto2000 Sanur terus berusaha meningkatkan loyalitas pelanggan dengan menawarkan harga yang kompetitif, terjangkau, serta sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan pelanggan. Untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap harga, bengkel bisa mempertimbangkan penawaran khusus atau promosi yang membuat harga lebih bersaing dengan bengkel lain. Misalnya, memberikan diskon atau bonus seperti gratis nitrogen untuk ban mobil setiap kali melakukan perawatan, atau menyediakan oli mesin gratis dengan syarat pembayaran minimum. Hal ini penting, mengingat bahwa pertanyaan terkait daya saing harga mendapatkan nilai rata-rata terendah dibandingkan dengan pertanyaan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, A. A., Miftahussa'ada, & Muhaimin, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mulia Mart Depok. 5(1).

Alya Insani, N., & Nina Madiawati, P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. 4(3).

Andria, Y. G., & Setiadi, Y. W. (2023). Pengaruh *Brand Image* dan *Customer Satisfaction* Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 4(2). www.jurnal.umb.ac.id

Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p19>

Dhasan, D., & Aryupong, M. (2019). *Effects of Product Quality, Service Quality and Price Fairness on Customer Engagement and Customer Loyalty*. *ABAC Journal*, 39(2). <http://www.assumptionjournal.au.edu/index.php/abacjournal/article/view/395>

9

Elvera, & Astarina, Y. (2021). Metodologi Penelitian (E. S. Mulyanta, Ed.; I). ANDI.

Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (1st ed.).

Deepublish. <https://www.researchgate.net/publication/329587407>

Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Y. Sumiharti, R. Medya, & W. C. Kristiaji, Eds.). Erlangga.

Gunawan, C. (2019). *Regresi Linear; Tutorial SPSS Lengkap* (S. B. Team, Ed.; 1st ed.). Skripsi Bisa.

Hashem, T., Ali, N., Hashem, T. N., & Nimer Ali, N. (2019). *The impact of service quality on customer loyalty: A study of dental clinics in Jordan*. International Journal of Medical and Health Research.

Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. In *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Media Sains Indonesia dan Penulis.

Hidayani, N., & Arief, M. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bittersweet by Najla*. 6(1).

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan (I)*. Unitomo Press.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. In *Pearson Education Limited*. <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/gye/2007n31/sanchez>

Mahanani, E., & Alam, I. K. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan D'besto Cabang Darmaga Caringin*

Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 19(01), 11–21.
<https://doi.org/10.36406/jam.v19i01.550>

Manihuruk, B. K. (2023). Analisis Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening* pada PT Shopee Indonesia (Vol. 1, Issue 1).
https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/business_management

Muhammad Shahid Yaqub, R., Halim, F., & Shehzad, A. (2019). *Effect of Service Quality, Price Fairness, Justice with Service Recovery and Relational Bonds on Customer Loyalty: Mediating Role of Customer Satisfaction*. In *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences* (Vol. 13, Issue 1). PJCSS.
<https://hdl.handle.net/10419/196187>

Nabilah, M. (2024, February 6). Indonesia Rajai Penjualan Mobil di Asia Tenggara pada 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/06/indonesia-rajai-penjualan-mobil-di-asia-tenggara-pada-2023>

Safitri, D., & Hayati, A. F. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* Jasa *Online* Maxim. 5(1).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24036/jmpe.v5i1.12780>

Saputri, R. S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan GRAB Semarang

Sari, I. H., & Liza, L. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Kargo di Bandara Juwata

Tarakan. *Jurnal Kreasi Rakyat*, 1(2), 149–159.

<https://jurnal.kreyatcenter.com/index.php/jkr/index>

Srisusilawati, P., Burhanudin, J., Trenggana, A. F. M., Anto, M. A., Kusuma, G. P. E., Rahmasari, L. F., Suharyati, Mulyani, Ariyani, N., Hadi, P., Manggabarani, A. S., Lestari, F. P., Irawati, N., Octaviani, L. K., Bakar, R. M., Musafir, & Dewi, I. C. (2023). *Loyalitas Pelanggan* (E. Damayanti, Ed.; 1st ed.). Widina Bhakti Persada Bandung.

Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. CV. PUSTAKA ABADI.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian; Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

Sujarweni, V. W. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Pustaka Baru.

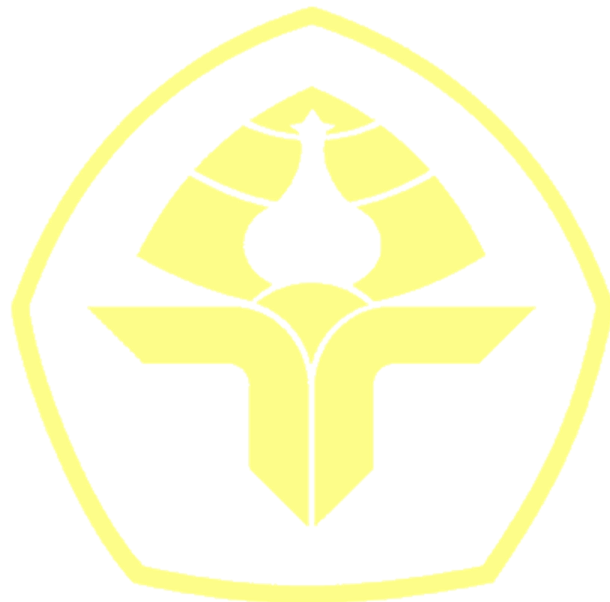
Sururi, A., & Sari, D. K. (2023). *Service Quality, Price, and Customer Satisfaction Impact on Customer Loyalty: Evidence from a Furniture Retail Study*. *Academia Open*, 9(2). <https://doi.org/10.21070/acopen.9.2024.5698>

Thungasal, C. E., & Siagian, I. H. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Hotel Kasuari*. 7(1).

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik; Domain, Determinan, Dinamika* (4th ed.). ANDI.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (F. Tjiptono, Ed.; I). ANDI.

Yusi, M. S., & idris, U. (2020). Statistika Untuk Ekonomi, Bisnis, & Sosial (E. Kurnia, Ed.; I). ANDI.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI