



Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan pada Bengkel Hendri Motor dan Sparepart Cabang Ciputat

Arif Wahyu Nugroho^{1*}, Rissa Hanny²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang Tangerang Selatan, Banten, Indonesia¹

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang Tangerang Selatan, Banten, Indonesia²

*Email Korespondensi: arifwahyu8781@gmail.com

Diterima: 19-09-2024 | Disetujui: 20-09-2024 | Diterbitkan: 21-09-2024

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of price and service quality on sales at the Ciputat branch of the Hendri Motor and Spare Parts workshop. The method used is a quantitative approach. The population in this research consists of 3,600 customers of Hendri Motor and Spare Parts workshop. Data processing was assisted by the SPSS version 26 application. The sampling technique used was nonprobability sampling, with the sample size determined using the Slovin formula, resulting in a sample of 100 respondents. The data analysis methods used include instrument tests (validity and reliability tests), classical assumption tests (normality, multicollinearity, autocorrelation, and heteroscedasticity tests), multiple linear regression analysis, correlation coefficients, hypothesis testing (partial t-test and simultaneous F-test), and determination coefficient tests. The results of this research indicate that both price and service quality have a positive and significant effect on sales. Price has a significant influence with a t-value of 2.070 > t-table 1.661 and a significance value of 0.041 < 0.05. Service quality also has a significant influence with a t-value of 2.283 > t-table 1.661 and a significance value of 0.027 < 0.05. Simultaneously, price and service quality significantly affect sales with an F-value of 4.882 > F-table 3.09 and a significance value of 0.000 < 0.05.

Keywords: Price, Service Quality, Sales

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap penjualan pada Bengkel Hendri Motor dan Sparepart cabang Ciputat. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Bengkel Hendri Motor dan Sparepart dengan jumlah 3.600 pelanggan. Pengolahan data dibantu dengan aplikasi SPSS versi 26. Teknik sampling yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan metode pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin. Sampel penelitian terdiri dari 100 responden. Metode analisis data yang digunakan meliputi uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi, uji hipotesis (uji t secara parsial dan uji F secara simultan), dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan. Harga berpengaruh signifikan dengan nilai t hitung 2,070 > t tabel 1,661 dan nilai signifikansi 0,041 < 0,05. Kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan dengan nilai t hitung 2,283 > t tabel 1,661 dan nilai signifikansi 0,027 < 0,05. Secara simultan, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap penjualan dengan nilai F hitung 4,882 > F tabel 3,09 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05.

Katakunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Penjualan

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Wahyu Nugroho, A., & Hanny, R. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan pada Bengkel Hendri Motor dan Sparepart Cabang Ciputat. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 718-730. <https://doi.org/10.62710/eppy6g49>

PENDAHULUAN

Indonesia telah mengalami pertumbuhan pesat di sektor otomotif selama beberapa dekade terakhir. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan mobilitas masyarakat, khususnya di perkotaan, kendaraan bermotor, terutama sepeda motor, telah menjadi salah satu alat transportasi utama. Sepeda motor menawarkan fleksibilitas, efisiensi waktu, dan biaya yang relatif terjangkau dibandingkan dengan moda transportasi lain, menjadikannya pilihan favorit bagi masyarakat dari berbagai lapisan ekonomi (Adi Ahdiat, 2023). Data menunjukkan bahwa populasi sepeda motor di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, yang mendorong berkembangnya berbagai usaha terkait, termasuk bisnis bengkel motor dan penjualan suku cadang (Ramadhani, 2023).

Dalam konteks ini, Bengkel Hendri Motor dan Sparepart, yang berlokasi di Ciputat, merupakan salah satu dari sekian banyak bengkel yang berupaya memanfaatkan peluang dari tingginya permintaan akan layanan perbaikan dan pemeliharaan sepeda motor. Bengkel ini menawarkan berbagai layanan mulai dari perawatan rutin, perbaikan, hingga penjualan suku cadang. Namun, meskipun memiliki potensi pasar yang besar, Bengkel Hendri Motor dan Sparepart menghadapi tantangan signifikan dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualannya (Bengkel Hendri Motor dan Sparepart, 2023).

Berdasarkan data penjualan dari tahun 2018 hingga 2023, terdapat fluktuasi yang cukup mencolok. Penurunan tajam dalam penjualan terjadi terutama pada tahun 2021 dan 2022, yang mana pendapatan jauh di bawah target yang ditetapkan. Situasi ini mengindikasikan adanya masalah yang mendalam, baik dari segi strategi harga maupun kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen (Bengkel Hendri Motor dan Sparepart, 2023). Penurunan penjualan ini menjadi sinyal bagi manajemen untuk mengevaluasi kembali kebijakan yang ada, termasuk meninjau kembali harga dan kualitas pelayanan yang diberikan.

Harga merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2024), harga yang kompetitif merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran yang dapat menentukan keberhasilan suatu produk atau layanan di pasar. Jika harga yang ditawarkan terlalu tinggi dan tidak sebanding dengan kualitas atau manfaat yang dirasakan oleh konsumen, maka mereka akan cenderung mencari alternatif lain yang dianggap lebih menguntungkan. Sebaliknya, harga yang terjangkau namun tetap mempertahankan kualitas yang baik dapat menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan loyalitas mereka.

Selain harga, kualitas pelayanan juga menjadi faktor kunci dalam menarik dan mempertahankan konsumen. Dalam industri jasa seperti bengkel motor, kualitas pelayanan meliputi berbagai aspek, mulai dari kecepatan pelayanan, keterampilan mekanik, keramahan staf, hingga kualitas suku cadang yang digunakan. Menurut Kotler dan Keller (2023), kualitas pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan konsumen, tetapi juga dapat mendorong terjadinya pembelian ulang dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Ini sangat penting dalam industri bengkel, di mana reputasi dan kepercayaan konsumen terhadap layanan yang diberikan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian mereka.

Namun, menjaga keseimbangan antara harga yang kompetitif dan kualitas pelayanan yang optimal bukanlah hal yang mudah. Ada banyak faktor yang harus dipertimbangkan, termasuk biaya operasional, persaingan di pasar, serta ekspektasi konsumen yang terus berkembang (Purwanto, 2023). Dalam situasi di mana konsumen memiliki banyak pilihan, mereka cenderung memilih penyedia layanan yang tidak hanya menawarkan harga terbaik, tetapi juga kualitas pelayanan yang memuaskan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana harga dan kualitas pelayanan memengaruhi penjualan di Bengkel Hendri Motor dan Sparepart Cabang Ciputat. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini akan mengeksplorasi hubungan antara kedua variabel ini dan penjualan, serta mengidentifikasi faktor-faktor lain yang mungkin turut berperan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi manajemen bengkel dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan penjualan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Lebih jauh, hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada literatur yang ada mengenai manajemen bisnis dalam industri otomotif, khususnya terkait dengan peran harga dan kualitas pelayanan dalam mendorong penjualan. Di tengah tantangan ekonomi global dan persaingan yang ketat, pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen akan menjadi aset berharga bagi para pelaku bisnis, termasuk mereka yang bergerak di sektor bengkel motor dan suku cadang (Sutrisno, 2023).

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan bagi Bengkel Hendri Motor dan Sparepart, tetapi juga bagi industri bengkel motor secara keseluruhan. Rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini diharapkan dapat diterapkan oleh bengkel lain yang menghadapi tantangan serupa, sehingga dapat meningkatkan kinerja bisnis mereka dan memberikan nilai tambah bagi konsumen.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Menurut Sugiyono (2017), metode kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, dan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian yang bersifat kuantitatif statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian asosiatif digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Bengkel Hendri Motor dan Sparepart Cabang Ciputat, yang berjumlah 3.600 pelanggan. Teknik sampling yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan metode sampling insidental. Berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sampel yang diambil adalah 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan kuesioner yang disebarakan kepada responden. Kuesioner menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden. Data sekunder diperoleh dari literatur, buku, dan dokumen terkait.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 26, yang meliputi:

- Uji Validitas dan Reliabilitas: Untuk memastikan bahwa instrumen penelitian valid dan reliabel.
- Uji Asumsi Klasik: Termasuk uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas.

- Analisis Regresi Linier Berganda: Untuk mengetahui pengaruh harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap penjualan (Y) baik secara parsial maupun simultan.
 - Uji Hipotesis: Menggunakan uji t untuk pengujian parsial dan uji F untuk pengujian simultan.
- Dengan metode ini, penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap penjualan di Bengkel Hendri Motor dan Sparepart Cabang Ciputat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Hasil Penelitian

Pengujian Instrumen Data Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa item-item dalam kuesioner benar-benar mengukur variabel yang dimaksud, yaitu harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan penjualan (Y). Validitas diuji dengan menggunakan korelasi Pearson, di mana nilai r hitung dibandingkan dengan r tabel.

- Harga (X1)

Semua item yang mengukur harga dinyatakan valid. Misalnya, pertanyaan tentang apakah harga jasa perbaikan sesuai dengan ekspektasi memiliki nilai r hitung sebesar 0,472, yang lebih besar dari r tabel 0,196. Ini menunjukkan bahwa item tersebut memiliki korelasi yang signifikan dengan total skala, sehingga valid dalam mengukur harga.

- Kualitas Pelayanan (X2)

Item-item yang mengukur kualitas pelayanan juga menunjukkan validitas yang baik. Sebagai contoh, pertanyaan tentang responsivitas pelayanan memiliki nilai r hitung 0,505, yang menunjukkan korelasi yang signifikan dan validitas yang baik dalam mengukur variabel kualitas pelayanan.

- Penjualan (Y)

Untuk variabel penjualan, semua item kuesioner dinyatakan valid. Misalnya, pertanyaan tentang promosi dan diskon memiliki nilai r hitung 0,469, yang menunjukkan bahwa item ini valid dalam mengukur variabel penjualan.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi internal dari instrumen penelitian. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel (Harga, Kualitas Pelayanan, dan Penjualan) memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,600, yang berarti instrumen yang digunakan reliabel. Misalnya, reliabilitas untuk variabel harga memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0,714, yang menunjukkan bahwa instrumen tersebut konsisten dalam pengukurannya.

3. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa data berdistribusi normal, yang merupakan syarat penting dalam analisis regresi linier. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, yang berarti data berdistribusi normal dan layak untuk analisis regresi.

- 2) Uji Multikolinearitas
Uji ini dilakukan untuk memastikan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas, yang dapat menyebabkan masalah dalam analisis regresi. Hasil menunjukkan bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk semua variabel < 10 , yang menunjukkan tidak adanya multikolinearitas.
 - 3) Uji Heteroskedastisitas
Uji ini bertujuan untuk memastikan bahwa varians dari residual adalah konstan. Hasil pengujian menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas, sehingga model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas.
 - 4) Uji Autokorelasi
Uji autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar residual. Hasil uji Run Test menunjukkan nilai sebesar 0,841, yang lebih besar dari 0,05, sehingga tidak ada autokorelasi yang terdeteksi dalam model regresi.
4. Analisis Deskriptif
- Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Dari data yang diperoleh, 68% responden adalah laki-laki, dan 32% perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan Bengkel Hendri Motor dan Sparepart adalah laki-laki, yang mungkin mencerminkan demografi umum pengguna sepeda motor.
 - Responden Berdasarkan Usia
Mayoritas responden berusia 21-30 tahun (48%), yang merupakan segmen usia produktif dan kemungkinan besar aktif dalam penggunaan sepeda motor. Ini menunjukkan target pasar yang tepat bagi bengkel.
 - Responden Berdasarkan Pendidikan
Sebanyak 44% responden berpendidikan SMA/SMK. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan bengkel sebagian besar berasal dari kalangan dengan latar belakang pendidikan menengah, yang mungkin lebih sensitif terhadap harga dan kualitas pelayanan.
 - Responden Berdasarkan Penghasilan
Penghasilan terbesar responden berada dalam kisaran 5,5 juta – 15 juta (48%). Ini menunjukkan bahwa pelanggan bengkel memiliki daya beli yang cukup, yang seharusnya dimanfaatkan dengan strategi harga dan kualitas pelayanan yang tepat.

Analisis Regresi

1. Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana digunakan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

- Harga (X1) Terhadap Penjualan (Y)
Hasil analisis menunjukkan persamaan regresi $Y = 29,769 + 0,213X1$, yang berarti setiap peningkatan satu unit dalam variabel harga (X1) akan meningkatkan penjualan (Y) sebesar 0,213 unit. Nilai t hitung sebesar 2,070 lebih besar dari t tabel, sehingga harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.
- Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Penjualan (Y)

Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 26,139 + 0,301X_2$. Ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam kualitas pelayanan (X_2) akan meningkatkan penjualan (Y) sebesar 0,301 unit. Nilai t hitung 2,978 lebih besar dari t tabel, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan.

2. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh simultan harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap penjualan (Y). Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 23,872 + 0,105X_1 + 0,256X_2$. Ini menunjukkan bahwa baik harga maupun kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap penjualan, dengan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan harga.

Koefisien Korelasi dan Determinasi

- Korelasi Parsial Harga (X_1)

Koefisien korelasi sebesar 0,410 menunjukkan bahwa hubungan antara harga dan penjualan berada pada kategori sedang. Ini menunjukkan bahwa meskipun harga mempengaruhi penjualan, pengaruhnya tidak sekuat kualitas pelayanan.

- Korelasi Parsial Kualitas Pelayanan (X_2)

Koefisien korelasi sebesar 0,873 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara kualitas pelayanan dan penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting dalam meningkatkan penjualan.

- Korelasi Simultan

Koefisien korelasi simultan sebesar 0,867 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap penjualan.

- Determinan Parsial Harga (X_1)

Nilai determinasi parsial sebesar 16,8% menunjukkan bahwa harga menjelaskan 16,8% variasi dalam penjualan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

- Determinan Parsial Kualitas Pelayanan (X_2)

Nilai determinasi parsial sebesar 76,2% menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menjelaskan sebagian besar variasi dalam penjualan.

- Determinan Simultan

Nilai determinasi simultan sebesar 75,2% menunjukkan bahwa kombinasi antara harga dan kualitas pelayanan menjelaskan 75,2% variasi dalam penjualan.

Pengujian Hipotesis

1. Uji t Parsial

- Harga (X_1)

Dengan nilai t hitung 2,070 yang lebih besar dari t tabel 1,661, dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap penjualan.

- Kualitas Pelayanan (X_2)

Nilai t hitung 2,238 yang lebih besar dari t tabel menunjukkan bahwa kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh signifikan terhadap penjualan.

2. Uji F Simultan

Uji F dilakukan untuk menguji pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap penjualan. Dengan nilai F hitung 4,882 yang lebih besar dari F tabel 3,09, dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap penjualan.

2) Pembahasan Penelitian

Pengaruh Harga (X1) Terhadap Penjualan (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan. Hal ini berarti bahwa ketika harga ditetapkan dengan tepat, penjualan dapat meningkat. Penetapan harga yang kompetitif dan sebanding dengan nilai yang dirasakan oleh konsumen dapat mendorong peningkatan penjualan. Penelitian ini konsisten dengan temuan sebelumnya oleh Rissa Hanny dan Nandas Fuji Syukriyah (2023), yang menyatakan bahwa harga merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Penjualan (Y)

Kualitas pelayanan juga ditemukan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan. Pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga membangun loyalitas, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan. Konsumen yang puas dengan pelayanan yang diberikan cenderung melakukan repeat purchase dan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain, yang dapat berdampak positif pada penjualan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa Bengkel Hendri Motor dan Sparepart harus fokus pada peningkatan kualitas pelayanan sebagai strategi utama dalam meningkatkan penjualan. Upaya seperti pelatihan karyawan untuk meningkatkan responsivitas dan profesionalisme serta peningkatan fasilitas pelayanan dapat membantu dalam mencapai tujuan ini.

Implikasi Manajerial

Berdasarkan temuan penelitian ini, manajemen Bengkel Hendri Motor dan Sparepart harus mempertimbangkan harga dan kualitas pelayanan sebagai dua faktor utama dalam strategi pemasaran mereka. Penerapan strategi penetapan harga yang fleksibel dan peningkatan kualitas pelayanan dapat membantu meningkatkan penjualan secara keseluruhan. Selain itu, strategi promosi yang tepat dapat digunakan untuk menarik lebih banyak pelanggan dengan menyampaikan pesan tentang kualitas pelayanan yang superior dan harga yang kompetitif.

KESIMPULAN

Penutup untuk jurnal berjudul "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan Pada Bengkel Hendri Motor dan Sparepart Cabang Ciputat" dapat disusun sebagai berikut:

Penelitian ini telah mengidentifikasi bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap penjualan di Bengkel Hendri Motor dan Sparepart Cabang Ciputat. Berdasarkan analisis regresi linier berganda, ditemukan bahwa kedua variabel independen, yaitu harga dan kualitas pelayanan, secara simultan berkontribusi signifikan terhadap peningkatan penjualan. Hasil ini menunjukkan bahwa strategi penetapan harga yang tepat dan peningkatan kualitas pelayanan dapat menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing dan penjualan bengkel.

*Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan pada Bengkel Hendri Motor dan Sparepart
Cabang Ciputat*
(Wahyu Nugroho et al.)

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan harga, yang menunjukkan bahwa konsumen lebih menghargai pengalaman pelayanan yang baik. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya kualitas pelayanan dalam membangun loyalitas pelanggan dan meningkatkan penjualan (Kotler & Keller, 2023).

Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain jumlah sampel yang terbatas dan fokus pada satu cabang bengkel saja. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut disarankan untuk memperluas cakupan geografis dan meningkatkan ukuran sampel untuk mendapatkan hasil yang lebih representatif. Selain itu, variabel lain seperti promosi dan lokasi juga dapat dieksplorasi untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan di industri otomotif.

Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengelola Bengkel Hendri Motor dan Sparepart dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Revan Motor di Desa Lalong Kecamatan Walendrang. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Terapan*, 1(1), 21-30.
- Ahnaf, M. F., & Lestari, W. D. (2024). ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK ONLINE DI APLIKASI SHOPEE. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 13(1), 80-95.
- Alfiansyah, T., Septian, A., Anjani, R., & Paduloh, P. (2024). ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK TEMPE KEDELAI MEMAKAI METODE FULL COSTING. *HUMANITIS: Jurnal Homaniora, Sosial dan Bisnis*, 2(1), 161-171.
- Amelia, N., & Erita, S. (2024). Eksplorasi Validitas dan Reliabilitas Soal Pemahaman Konsep Dalam Asesmen Pembelajaran. *Jurnal Bima: Pusat Publikasi Ilmu Pendidikan bahasa dan Sastra*, 2(1), 222-231.
- Asnil, R., Hadijaya, Y., & Sofian, S. (2023). FUNGSI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM: Bahasa Indonesia. *Jurnal Mumtaz*, 3(1), 11-20.
- Chastrena, U., & Sulistiyowati, L. N. (2022, October). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel BNU Modifikasi Di Wonoasri. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 4).
- Crisvian, A. D., Kalangi, M. H. E., Marzuki, S., & Arisanti, D. (2024). PENGARUH DISIPLIN, STRES DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN OPERASIONAL DI PT PELINDO MULTI TERMINAL (TERMINAL JAMRUD). *JUTRANIS*, 1(1).
- Darmawan, M. F., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Kopi Melati Ciputat. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1106-1117.
- Dollu, A. Y., Maruli, E., Awang, M. Y., & Anigomang, F. R. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor (Studi Kasus Pada Bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(23), 1086-1099.

*Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan pada Bengkel Hendri Motor dan Sparepart
Cabang Ciputat
(Wahyu Nugroho et al.)*

- Efendi, B., Setiyawan, A., & Nurhayati, E. C. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Saesa Motor Kalibenda Banjarnegara. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 3(4), 32-39.
- Efendi, E., Indrawansyah, I., Aulia, R., & Ningsih, P. S. (2023). Tipe Informasi Bagi Manajemen & Mekanisme Pengambilan Keputusan Dalam Organisasi. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 3042-3048.
- Ekasanti, G. R., Asnawi, A., & Listyawati, L. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Album Dan Merchandise K-Pop Pada Fanbase Nctzen Sidoarjo. *Soetomo Administrasi Bisnis*, 2(1), 337-350.
- Fazrianti, N. (2024). Strategi Pemasaran Produk Takafulink Salam Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 166-184.
- Fiali, F., Jamaluddin, J., Pranoto, A., & Saputra, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Merek Aqua. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 1-7.
- Hidayat, A. W., Sihabudin, S., & Fauji, R. (2024). Literasi Keuangan dan Efikasi Keuangan terhadap Minat Investasi Emas Antam Masyarakat Desa Labanjaya Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 614-632.
- Irawan, D., Sugianto, S., & Siregar, S. (2022). Manajemen Pemasaran Bank Syariah Berbasis Teknologi Revolusi Industry 4.0. *MES Management Journal*, 1(1), 27-39.
- Kenan, A., & Lutfi, N. (2023). Evaluasi Penjualan Tanah Urug Di Pertambangan. *Jurnal Teknik Sipil*, 1(1).
- Kharisma, D., Simatupang, S., & Hutagalung, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Restu Mulia Pandan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 5(1), 32-42.
- Khasanah, N., & Oktiani, N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Konsumen Terhadap Kepuasan Layanan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(3), 223-233.
- Kolibu, M. F., Nainggolan, N., & Langi, Y. A. R. (2024). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Cabai Merah di Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara Menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda. *Jurnal MIPA*, 13(1), 32-36.
- Maha, N., & Ikhsan, M. (2024). PENGARUH HARGA, BRAND AWARENESS, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI TEH GAMBIR (STUDI KASUS KABUPATEN PAKPAK BHARAT). *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, 2(2), 183-199.
- Maisa, D., Mentari, M., Destriani, N. N., Nabilla, N., & Carmidah, C. (2024). Analisis Penentuan Harga Jual Dalam Meningkatkan Laba Pada Usaha Ayam Geprek Di Batanghari Kabupaten Lampung Timur. *Maisyatuna*, 5(1), 01-12.
- Mogi, A. (2024). Pengaruh Motivasi Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Lolc Ventura Indonesia Cabang Ciputat Tangerang Selatan. *JURNAL KONSISTEN*, 1(1).
- Mulyadi, M., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT Lautan Berlian Utama Motor Jakarta Barat. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 147-154.
- Mongi, S. R., Areros, W., & Niode, B. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa pada PT. Putra Putri Wolmar Kinamang di Bitung. *Journal of Economics and Business UBS*, 13(1), 72-85.

- Nasution, F. K., Adawiah, M., & Husna, M. (2024). Strategi Pemasaran Dalam Usaha Kedai Nasi Aqila di Kantin Universitas Islam Negri Sumatra Utara. *Az-Ziyadah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 73-80.
- Natasya, C. A., Isyanto, P., & Yani, D. (2023). Promosi Marketing Pada Butik Cheryl Collection. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(3), 121-127.
- Nofiana, A., Prassetya, A., Teguh, H., Zuhro, D., & Sutini, S. (2024). Dampak Citra Merek, Iklan, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kopi Kapal Api di Surabaya. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 168-190.
- Nurmiladi, M. I., Fitriadi, B. W., & Arisman, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Konsumen Bengkel Zona Vespa). *Panengen: Journal of Indigenous Knowledge*, 2(1), 64-86.
- Onassis, S., & Utama, T. (2024). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 647-653.
- Padang, B. S. S. L. STRATEGI PEMASARAN MOBIL SEKEN DI CV AUTO CLASS PERSADA PADANG.
- Prasetyo, A. I., & Santoso, B. H. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CAFÉ KALA SEDUH. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(4).
- Priantika, M., & Elpanso, E. (2024). STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UNGGUL “NPK PUSRI “DI PT PUPUK SRIWIDJAJA PALEMBANG. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 3(5), 1573-1586.
- Putra, P. A., & Hidayati, R. (2022). PENGARUH TOTAL QUALITY MANAGEMENT (TQM) TERHADAP KINERJA MANAJERIAL KELURAHAN (Studi pada Kelurahan di Kecamatan Banyumanik, Tembalang dan Candisari Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1).
- Putri, L. T., Diantara, L., & Yogi, F. (2023). Direct Marketing Dan Price Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mitsubishi L 300 Pada PT. Suka Fajar Ltd Cabang Bangkinang Kota. *Jurnal Daya Saing*, 9(3), 746-754.
- Rahardi, S., Karamang, E., & Mubarak, D. A. A. (2024). Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Pada Universitas Indonesia Membangun). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(1), 552-561.
- Raziq, M. F. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PEMILIHAN HARGA, DAN PUBLISITAS DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FORE COFFEE DI BEKASI. *Musyitari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 3(2), 111-121.
- Ridho, M. R. M. (2024). THE EFFECT OF VIDEO PUBLICATION ON PUBLIC INTEREST IN FOLLOWING SRIWIJAYA RANAU GRAN FONDO ACTIVITIES IN LAKE RANAU. *Journal Of Social And Political Science*, 1(1), 21-36.
- Riska, R. A., & Hasbullah, H. (2023). STRATEGI PEMASARAN PERBANKAN SYARIAH UNTUK MENARIK MINAT MENABUNG MASYARAKAT MILENIAL. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*, 4(1), 39-46.

- Rizal, A., Zain, A. M., & Allutfi, M. (2024). Estimasi Biaya Konstruksi Pada Pekerjaan Jalan Di Sulawesi Tengah Dengan Menggunakan Metode Regresi Linier Sederhana. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(1), 40-48.
- Setiawati, S., & Datubara, G. (2023). Pengaruh Persediaan dan Penjualan Terhadap Laba Setelah Pajak Di Pt. Tunas Baru Lampung TBK, Jakarta. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 6(1), 215-228.
- Shobri, M., Rivaldo, W., & Zainab, S. (2023). Implementasi Manajemen Peserta Didik Dalam Meningkatkan Layanan Pembelajaran. *AKSI: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), 108-123.
- Sidik, M. (2023). Manajemen Pendidik. *JURNAL ABSHAR: Jurnal Hukum Keluarga Islam, Pendidikan, Kajian Islam dan Humaniora*, 1(1), 24-32.
- Syukri, A. F., Fadyanto, T. P., & Woelandari, D. S. (2024). Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Harga, Layanan, Dan Fasilitas Usaha Kopi Di Koup Galaxy. *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen*, 2(1), 159-174..
- Stivani, C., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). Strategi Pemasaran Produk Premium Unilever Food Solutions “Knorr Chicken Powder”. *Jurnal Mirai Management*, 8(3).
- Sugiyono, (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Sundawa, R. D., Kisworo, Y., & Wulandari, L. (2022). Identifikasi Kepuasan Pengguna Bus Jakarta Airport Connexion Ditinjau Dari Segi Kualitas Pelayanan Dan Harga (Studi Kasus Di Perum Pengangkutan Penumpang Djakarta). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(2).
- Surianti, S., Minarti, A., Rahmah, P., Amrial, A., & Nurmilasari, N. (2023). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Bolu Cukke’Sunrise-Q Soppeng. *Jurnal Mirai Management*, 8(3).
- Susanti, A., & Yuliana, Y. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap Di Pangeran Beach Hotel Padang. *Jurnal Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 2(2), 208-218.
- Syahrudin, A., & Hamzah, A. (2023). Pengaruh Motivasi Langsung Dan Tidak Langsung Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Kelautan Dan Perikanan Kabupaten Paser. *Student Research Journal*, 1(1), 151-165.
- Syukri, A. F., Fadyanto, T. P., & Woelandari, D. S. (2024). Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Harga, Layanan, Dan Fasilitas Usaha Kopi Di Koup Galaxy. *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen*, 2(1), 159-174.
- Syukriyah, N. F., & Hanny, R. (2023). Peningkatan Kualitas Pelayanan Dan Faktor Harga Atas Keputusan Pembelian Produk Pada Toko Kue & Bolu ‘Slada’. *Journal Of Management, Business And Education*, 10(2), 220-230.
- Tabina, G. (2024). Analisis Sistem Pengelolaan Arsip Inaktif di PT Prima Mitra Elektrindo. *Student Scientific Creativity Journal*, 2(1), 48-62.
- Taufiqurrochman, M., Khristianto, W., & Wahyudi, E. (2024).
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020), *Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017), *Pemasaran Strategik Edisi 3*, Yogyakarta: Andi
- IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA KOPIXEL JEMBER. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBis)*, 3(1).
- Umamah, F., Putri, D. Y., & Afif, A. (2024). Penerapan Sistem Kas Kecil Dengan Metode Fluktuatif Pada PT. Catur Karsa Inkrisuba. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(2), 297-301.

- Wulandari, D., Oktariansyah, O., & Putra, A. E. (2024). Analisis Kualitas Audit dan Sistem Akuntansi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan pada Kantor Inspektorat Kabupaten Musi Banyuasin. *Jurnal Media Akuntansi (Mediasi)*, 6(2), 214-228.
- Wulandari, T., & Handini, R. S. (2024). PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PENJUALAN PT. TUNAS DWIPA MATRA. *Jurnal Cahaya Mandalika ISSN 2721-4796 (online)*, 5(1), 81-87.
- Wulansari, C. A. (2024). PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. PUTRA SOEGAMA LAND KOTA TANGERANG SELATAN. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 4(8), 97-102.
- Yunita, A. R. (2023). MANAJEMEN PEMBELAJARAN SISWA BERPROFIL PANCASILA. *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(12), 1475-1489.
- Z., Arsa, A., & Syahrizal, A. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Jamur Tirm Pada Omah Jamur Didesa Baru Kecamatan Mestong. *SANTRI: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 2(2), 142-153.
- Zahroh, F., Safvitri, C., & Iriani, I. (2024). Human Resource Development Human Resource Management to Increase Job Satisfaction. *Indonesian Journal of Contemporary Multidisciplinary Research*, 3(1), 197-210.
- Zainuddin, M. Z., Djauhar, A., & Andjasmara, R. I. (2024). PENGARUH PENGEMBANGAN KARIR TERHADAP KINERJA KARYAWAN TOKO BEAUTY KENDARI (Studi Kasus Toko Beauty Cabang Mandonga). *Sultra Journal of Economic and Business*, 5(1), 174-188.