

## **PENGARUH KETERSEDIAAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL PERAWATAN MOTOR BENK MOR KOTA PALU**

**Albar Alaydrus<sup>1</sup>, Faigah A. Badjamal<sup>2</sup>, Hasan<sup>3</sup>**

(Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Alkhairaat)

[albaralidrus@gmail.com](mailto:albaralidrus@gmail.com)

**Jurana<sup>4</sup>**

(Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Alkhairaat)

### **ABSTRAK**

Pertumbuhan pengguna kendaraan roda dua mendorong meningkatnya kebutuhan jasa perawatan dan perbaikan sepeda motor. Dalam konteks persaingan bengkel yang semakin ketat, kepuasan konsumen menjadi faktor strategis karena berkaitan dengan niat kunjungan ulang, rekomendasi, dan keberlanjutan usaha. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh ketersediaan produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Benk Mor di Kota Palu. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain explanatory research. Lokasi penelitian berada di Bengkel Benk Mor, Jalan H. Hayun, Kelurahan Besusu Barat, Kecamatan Palu Timur, dengan waktu penelitian pada Juni sampai Agustus 2025. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan perawatan motor di bengkel tersebut, dengan jumlah sampel 60 responden yang dikumpulkan melalui kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel independen dan kepuasan konsumen dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,890 serta nilai koefisien determinasi sebesar 0,792. Temuan ini mengindikasikan bahwa ketersediaan produk dan kualitas pelayanan secara bersama sama menjelaskan 79,2 persen variasi kepuasan konsumen, sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain di luar model. Secara simultan kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, dan secara parsial ketersediaan produk serta kualitas pelayanan sama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Implikasi penelitian menekankan pentingnya pengelolaan stok suku cadang dan peningkatan kualitas interaksi layanan di bengkel untuk memperkuat kepuasan pelanggan dan loyalitas.

**Kata Kunci:** Ketersediaan Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Bengkel Motor, Regresi Linear Berganda

### **PENDAHULUAN**

Kendaraan roda dua masih menjadi moda transportasi yang dominan di banyak kota karena relatif efisien dari sisi biaya operasional dan fleksibel untuk mobilitas harian. Di Kota Palu, dominasi sepeda motor juga terlihat jelas. Data registrasi kendaraan menunjukkan jumlah kendaraan di Kota Palu mencapai 399.645 unit dan 328.869 unit di

antaranya adalah sepeda motor. Kondisi ini menggambarkan tingginya ketergantungan masyarakat terhadap kendaraan roda dua sebagai sarana transportasi utama. Peningkatan populasi sepeda motor membawa peluang bagi sektor jasa perawatan dan perbaikan kendaraan, namun sekaligus memunculkan tantangan karena persaingan bengkel cenderung semakin

ketat serta ekspektasi pelanggan meningkat. Dalam situasi ini, bengkel tidak cukup hanya mengandalkan kemampuan teknis, tetapi juga perlu memastikan ketersediaan produk suku cadang dan mutu pelayanan agar pelanggan memperoleh pengalaman layanan yang memuaskan.

Kepuasan konsumen dalam usaha jasa bersifat penting karena menjadi indikator keberhasilan layanan dan dapat memengaruhi perilaku konsumen berikutnya. Konsumen yang puas cenderung melakukan kunjungan ulang, memberikan rekomendasi kepada orang lain, serta membentuk citra positif bagi penyedia jasa. Pada jasa bengkel, kepuasan dipengaruhi oleh banyak faktor, tetapi dua aspek yang sangat dekat dengan pengalaman konsumen adalah ketersediaan produk dan kualitas pelayanan. Ketersediaan produk berkaitan dengan tersedianya suku cadang, kelengkapan pilihan, kemudahan memperoleh, serta kepastian distribusi, sehingga konsumen tidak menunggu lama atau berpindah ke bengkel lain karena stok tidak tersedia. Sementara itu kualitas pelayanan berkaitan dengan bukti fisik layanan, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, yang pada akhirnya menentukan apakah konsumen merasa dihargai, dilayani secara profesional, dan mendapatkan informasi yang jelas.

Bengkel Benk Mor merupakan salah satu bengkel perawatan motor di Kota Palu yang telah beroperasi sejak tahun 2005 dan bertahan di tengah persaingan. Berdasarkan observasi awal dan pengakuan pelanggan, bengkel ini dipersepsikan menyediakan suku cadang yang dibutuhkan serta melayani dengan ramah dan teliti. Aktivitas operasional bengkel juga menunjukkan tingkat

kunjungan yang tinggi yang terlihat dari pencatatan transaksi harian secara manual. Informasi karyawan menyebutkan bahwa transaksi harian dapat mencapai sekitar 150 pembelian.

Fakta ini menunjukkan bengkel memiliki basis pelanggan yang cukup besar, sehingga relevan untuk menguji faktor faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen pada konteks usaha jasa otomotif.

Secara akademik, penelitian mengenai kepuasan konsumen banyak dilakukan pada sektor ritel, perbankan, atau layanan publik, namun kajian pada jasa bengkel motor, khususnya di Kota Palu, masih relatif terbatas. Padahal karakter layanan bengkel memiliki kekhasan, yaitu layanan teknis yang sering tidak bisa dinilai langsung oleh konsumen, adanya ketergantungan pada ketersediaan suku cadang, serta kebutuhan komunikasi yang jelas antara mekanik dan pelanggan. Karena itu, penelitian ini menempatkan ketersediaan produk dan kualitas pelayanan sebagai prediktor utama kepuasan konsumen pada Bengkel Benk Mor. Tujuan penelitian meliputi pengujian pengaruh kedua variabel secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen.

## **KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS**

Kepuasan konsumen umumnya dipahami sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja layanan dengan harapan konsumen. Dalam konteks penelitian ini, kepuasan konsumen dioperasionalkan melalui kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Indikator ini menegaskan bahwa kepuasan bukan

hanya evaluasi sesaat, tetapi juga tercermin dalam intensi perilaku setelah menerima layanan.

Ketersediaan produk pada jasa bengkel terkait langsung dengan keberhasilan layanan karena perawatan dan perbaikan motor sering membutuhkan suku cadang tertentu. Ketika bengkel tidak memiliki stok, proses servis dapat tertunda, konsumen mengalami waktu tunggu lebih lama, atau harus mencari alternatif di tempat lain. Ketersediaan produk dalam penelitian ini merujuk pada persediaan produk yang selalu ada, kemudahan melakukan pembelian, kelengkapan produk, serta distribusi produk. Secara teoritis, ketersediaan produk yang baik menurunkan ketidakpastian,

meningkatkan persepsi kenyamanan, dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan konsumen karena layanan dapat selesai sesuai ekspektasi. Kualitas pelayanan pada usaha jasa umumnya dipahami melalui dimensi SERVQUAL, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Pada jasa bengkel, tangible tampak dari kebersihan ruang kerja, kerapian alat, dan kenyamanan area tunggu. Reliability tampak dari ketepatan diagnosa dan konsistensi hasil perbaikan. Responsiveness tampak dari kecepatan pelayanan dan respons terhadap keluhan. Assurance tampak dari kompetensi mekanik dan jaminan kepercayaan. Empathy tampak dari kesediaan mendengar, sikap ramah, dan perhatian pada kebutuhan spesifik pelanggan.

Ketika kualitas pelayanan meningkat, konsumen cenderung merasa aman, dihargai, dan percaya bahwa motornya ditangani secara profesional.

Kondisi ini akan mendorong peningkatan kepuasan.

Berdasarkan argumentasi teoritis dan rumusan masalah penelitian, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut.

### **HIPOTESIS**

1. Ketersediaan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Benk Mor. Hipotesis
2. Ketersediaan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Benk Mor.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Benk Mor.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian explanatory research dengan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan dan pengaruh antar variabel melalui pengujian hipotesis. Lokasi penelitian dilakukan di Bengkel Benk Mor, Jalan H. Hayun, Kelurahan Besusu Barat, Kecamatan Palu Timur, Kota Palu, Sulawesi Tengah.

Penelitian dilaksanakan pada Juni sampai Agustus 2025. Pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan bahwa bengkel aktif melayani pelanggan dalam jumlah besar dan relevan sebagai konteks pengujian variabel perilaku konsumen, kualitas pelayanan, dan ketersediaan produk.

Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan perawatan motor di Bengkel Benk Mor. Sampel penelitian berjumlah 60 responden yang diperoleh melalui

penyebaran kuesioner. Kriteria responden mencakup konsumen yang berdomisili di Kota Palu, berusia minimal 17 tahun, dan pernah melakukan perawatan motor lebih dari dua kali di Bengkel Benk Mor. Teknik penarikan sampel menggunakan purposive sampling karena pemilihan responden didasarkan pada kriteria tersebut agar jawaban merepresentasikan pengalaman pelanggan yang cukup dalam menilai layanan.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima tingkat, dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Variabel ketersediaan produk diukur melalui indikator ketersediaan stok, kemudahan memperoleh, kelengkapan, serta kelancaran distribusi. Variabel kualitas pelayanan diukur melalui dimensi SERVQUAL. Variabel kepuasan konsumen diukur melalui kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, serta kesediaan merekomendasikan. Sebelum analisis, instrumen diuji validitas dan reliabilitas, lalu dilakukan pengujian asumsi klasik agar model regresi memenuhi syarat statistik.

Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan persamaan umum: kepuasan konsumen sebagai variabel terikat dijelaskan oleh ketersediaan produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan IBM SPSS Statistics.

## **HASIL PENELITIAN**

Komposisi jenis kelamin menunjukkan mayoritas responden adalah laki laki sebanyak 41 orang atau 68,3 persen, sedangkan perempuan 19 orang atau 31,7 persen. Dari sisi usia, kelompok terbanyak berada pada rentang 25 sampai

28 tahun sebanyak 21 orang atau 35 persen, diikuti 21 sampai 24 tahun sebanyak 12 orang atau 20 persen. Dari sisi pendidikan, mayoritas responden adalah lulusan SMA sebanyak 22 orang atau 36,7 persen, disusul S1 sebanyak 19 orang atau 31,7 persen. Dari sisi pekerjaan, kelompok terbanyak adalah karyawan sebanyak 24 orang atau 40 persen, kemudian wiraswasta sebanyak 16 orang atau 26,7 persen. Dari sisi frekuensi servis, mayoritas responden menyatakan melakukan servis sebanyak dua kali per bulan yakni 28 orang atau 46,7 persen.

Deskripsi variabel

Secara deskriptif, penilaian responden terhadap ketersediaan produk berada pada kategori baik. Nilai rata rata tertinggi pada variabel ini adalah 4,41 yang menggambarkan respon positif pada aspek tertentu dari ketersediaan, sedangkan nilai rata rata terendah 3,65 yang mengindikasikan masih ada aspek yang perlu ditingkatkan. Penilaian responden terhadap kualitas pelayanan berada pada kategori sangat baik, dengan nilai rata rata tertinggi 4,53 dan terendah 3,71.

Penilaian terhadap kepuasan konsumen juga berada pada kategori sangat baik, dengan nilai rata rata tertinggi 4,46 dan terendah 4,31. Temuan deskriptif ini mengindikasikan pengalaman layanan di Bengkel Benk Mor dipersepsikan positif, namun terdapat ruang perbaikan pada indikator indikator dengan skor yang lebih rendah, terutama yang terkait kecepatan dan ketepatan proses layanan.

Hasil analisis regresi Hasil analisis menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara ketersediaan produk dan kualitas pelayanan dengan

kepuasan konsumen. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,890 mengindikasikan keeratan hubungan yang tinggi. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,792 menunjukkan bahwa 79,2 persen variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh ketersediaan produk dan kualitas pelayanan, sedangkan 20,8 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Uji simultan menyatakan kedua variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, dan uji parsial menyatakan masing-masing variabel juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh ketersediaan produk terhadap kepuasan konsumen**

Temuan penelitian membuktikan bahwa ketersediaan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara logis, pada jasa bengkel, ketersediaan suku cadang menentukan kelancaran penyelesaian servis. Ketika suku cadang tersedia, proses perbaikan dapat dilakukan segera, waktu tunggu menjadi lebih singkat, dan konsumen merasakan kepastian layanan. Sebaliknya, stok yang tidak lengkap dapat menimbulkan penundaan, ketidaknyamanan, serta menurunkan persepsi profesionalitas bengkel.

Karena itu, penguatan sistem persediaan menjadi salah satu kunci untuk mempertahankan kepuasan pelanggan.

Dalam konteks Bengkel Benk Mor yang memiliki volume transaksi harian tinggi, ketersediaan produk juga menjadi sinyal kemampuan bengkel membaca kebutuhan pelanggan. Produk yang selalu tersedia memberi kesan bahwa bengkel siap melayani berbagai kasus kerusakan dan kebutuhan perawatan. Selain itu,

ketersediaan yang konsisten dapat membentuk kepercayaan konsumen karena pelanggan merasa tidak perlu berpindah bengkel hanya karena masalah stok.

Kondisi inilah yang menjembatani ketersediaan produk menuju kepuasan, yang kemudian berpotensi mendorong kunjungan ulang dan rekomendasi.

### **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen**

Temuan penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pada Bengkel Benk Mor, kualitas layanan dipersepsikan sebagai faktor yang kuat, misalnya melalui kebersihan bengkel, kerapian area kerja, sikap ramah mekanik, kejelasan penjelasan kerusakan, serta transparansi biaya. Ketika konsumen merasakan layanan yang profesional dan komunikatif, konsumen merasa dihargai, aman, dan percaya bahwa perbaikan dilakukan secara bertanggung jawab. Kualitas pelayanan yang baik bukan hanya menghasilkan kepuasan sesaat, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang antara pelanggan dan bengkel. Dalam jasa bengkel, dimensi *responsiveness* dan *reliability* sering menjadi penentu utama kepuasan karena berkaitan langsung dengan waktu tunggu dan ketepatan hasil perbaikan.

Jika mekanik cepat menanggapi keluhan dan mampu menyelesaikan pekerjaan sesuai janji, pelanggan cenderung menilai bengkel memiliki keandalan. Sementara *assurance* dan *empathy* berperan menjaga kenyamanan psikologis konsumen karena pelanggan merasa tidak ditipu, mendapatkan informasi yang jelas, dan memperoleh solusi yang sesuai kebutuhan. Secara

praktis, kualitas pelayanan yang kuat juga dapat menekan risiko komplain dan meningkatkan efisiensi, karena komunikasi yang jelas di awal akan mengurangi miskomunikasi mengenai jenis perbaikan dan estimasi biaya.

Pengaruh simultan ketersediaan produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan

Secara simultan, ketersediaan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini memperlihatkan bahwa kepuasan di bengkel tidak terbentuk oleh satu faktor saja. Konsumen membutuhkan ketersediaan suku cadang agar proses servis lancar, namun juga membutuhkan kualitas interaksi layanan agar merasa nyaman dan percaya. Jika bengkel hanya unggul pada stok namun layanan kurang ramah atau tidak responsif, kepuasan berpotensi menurun. Sebaliknya, jika layanan sangat baik tetapi stok tidak tersedia, pelanggan tetap mengalami penundaan dan mungkin berpindah. Karena itu, penguatan dua aspek ini secara berimbang menjadi strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

#### **Implikasi manajerial Berdasarkan temuan**

terdapat beberapa implikasi bagi pengelola bengkel. Pertama, bengkel perlu membangun sistem pengendalian persediaan yang lebih tertib, misalnya pencatatan stok yang lebih rapi, penentuan stok minimum untuk suku cadang fast moving, dan evaluasi pola permintaan berdasarkan histori transaksi. Pada bengkel dengan transaksi tinggi, pencatatan manual berpotensi memunculkan selisih stok dan keterlambatan pemesanan ulang. Kedua, kualitas pelayanan perlu dijaga melalui

pelatihan rutin, terutama pada aspek komunikasi, penanganan keluhan, dan pemberian penjelasan perbaikan secara sederhana dan transparan. Ketiga, tata ruang bengkel yang bersih, rapi, dan nyaman dapat memperkuat persepsi tangible sekaligus meningkatkan kenyamanan pelanggan selama menunggu. Rekomendasi ini sejalan dengan saran penelitian yang menekankan peningkatan kualitas pelayanan dan perhatian terhadap ketersediaan suku cadang.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa ketersediaan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Benk Mor Kota Palu. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh terhadap kepuasan, dan secara parsial ketersediaan produk serta kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan. Nilai  $R$  sebesar 0,890 menunjukkan hubungan yang sangat kuat, sedangkan nilai  $R$  Square sebesar 0,792 menunjukkan kontribusi penjelasan model yang tinggi terhadap variasi kepuasan konsumen.

### **Saran**

Bagi pihak bengkel, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan komunikasi dan penanganan keluhan, serta meningkatkan responsivitas agar pelanggan merasa dilayani cepat dan tepat. Bengkel juga perlu memastikan ketersediaan stok suku cadang dan perlengkapan perawatan motor agar kebutuhan pelanggan terpenuhi tanpa menunggu lama. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan menambah

variabel lain seperti harga, lokasi, atau kepercayaan pelanggan, serta memperluas objek penelitian pada bengkel lain atau wilayah berbeda agar hasil lebih komprehensif.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adelia, F., Hasanawi, Suarna, I. F. (2024). Pengaruh ketersediaan produk, citra merek dan gaya hidup terhadap loyalitas konsumen pada pembelian produk mie instan Supermi di Kota Bandung. *Jurnal Pemasaran Bisnis*, 6(4), 57.
- Adzkie, N., Mulyati, D. S., Selamat. (2020). Usulan perbaikan kualitas layanan di bengkel motor dengan pendekatan metode SERVQUAL. *Jurnal Riset Teknik Industri*, 13(2), 202–210.
- Agil, M. A., Junaida, E., Bulan, T. P. L. (2022). Pengaruh gaya hidup dan ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Vans di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 2(4), 886.
- Alfin, B., Tamengkel, L. F., Mukuan, D. D. S. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Pelita Motor. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(1).
- Annisa, R. D., Saputra, B. M., Ambarwati, D. (2022). Pengaruh keragaman produk, ketersediaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hikmah Mart Jajar Wates Serdang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(2).
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan kepuasan pelanggan. Surabaya: Unitomo Press
- Jeany, Siagian, M. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (dimensi SERVQUAL). (Rujukan konsep dimensi layanan).
- Sari, N. P., Daryanto, H. K., Saptono, I. T. (2018). Pengaruh Customer Relationship Management terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT Bank BNI. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 4(1), 129–138.
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R dan D. Bandung: Alfabeta.
- Sujianto, A. E. (2009). Aplikasi statistik dengan SPSS. Jakarta: Prestasi Pustaka Karya.