

Hubungan Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Bengkel Motor di Desa Kasiyan

M Nur Rafli Wahid Aljauzi¹, Dovi Iwan Musthofa Habibullah²

¹ Universitas Al-Falah As-Sunniah Jember, Indonesia. E-mail: 202044290127@inaifas.ac.id

² Universitas Al-Falah As-Sunniah Jember, Indonesia. E-mail: dofi.nabawan@gmail.com

Abstract: The motorbike repair shop services in East Kasiyan village show differences in the level of customer satisfaction. People who depend on motorbike repair shops for motor vehicle maintenance and repair often judge the quality of the services provided based on several factors, such as technician skills, service times, and available facilities. This research aims to analyze the level of consumer satisfaction with motorbike repair services in East Kasiyan Village, as well as identifying the factors that influence this satisfaction. The research results show that the quality of technicians and service time are the main factors that influence the level of consumer satisfaction. Most customers are satisfied with the results of repairs, however there are several complaints regarding workshop facilities and service prices which are considered high. This research provides new findings regarding the importance of comfort and price aspects in determining consumer satisfaction in rural areas. The novelty of this research lies in an in-depth analysis of the factors that influence customer satisfaction in village motorbike repair shops which may not have been widely researched before.

Keywords: Satisfaction; Service; Bike shop;

Abstrak: Pelayanan bengkel motor yang berada di desa Kasiyan Timur menunjukkan adanya perbedaan tingkat kepuasan pelanggan. Masyarakat yang bergantung pada bengkel motor untuk perawatan dan perbaikan kendaraan bermotor sering kali menilai kualitas layanan yang diberikan berdasarkan beberapa faktor, seperti keterampilan teknisi, waktu pelayanan, dan fasilitas yang tersedia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan bengkel motor di Desa Kasiyan Timur, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas teknisi dan waktu pelayanan menjadi faktor utama yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Sebagian besar pelanggan merasa puas dengan hasil perbaikan, namun ada beberapa keluhan terkait dengan fasilitas bengkel dan harga jasa yang dianggap tinggi. Penelitian ini memberikan temuan baru mengenai pentingnya aspek kenyamanan dan harga dalam menentukan kepuasan konsumen di wilayah desa. Novelty dari penelitian ini terletak pada analisis mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di bengkel motor wilayah desa yang mungkin belum banyak diteliti sebelumnya.

Kata Kunci: Kepuasan; Pelayanan; Bengkel Motor;

| Received: 21/07/2025

| Accepted: 24/08/2025

| Published: 22/09/2025

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini, persaingan bisnis semakin tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun pasar internasional. Agar bisa bertahan dan unggul dalam persaingan ini, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumen (Pratama & Adriyanto, 2023). Salah satu caranya adalah dengan menawarkan produk yang berkualitas tinggi, harga yang kompetitif,

pengiriman yang cepat, dan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing. Dalam industri otomotif, khususnya sepeda motor, persaingan semakin ketat karena sepeda motor merupakan alat transportasi yang sangat dominan dan dibutuhkan oleh masyarakat (Trihudyatmanto, 2022). Menjadi yang terbaik di bisnis yang semacamnya bukanlah hal yang mudah. Selain kualitas produk yang harus terjaga, perusahaan juga harus mampu memahami pola perilaku konsumen yang sangat dinamis dan terkadang sulit diprediksi, apalagi di Indonesia yang terdiri dari banyak pulau dengan kebiasaan dan preferensi yang berbeda-beda. (Nasrulloh & Fadillah, 2019)

Fenomena sosial yang berkembang di masyarakat desa Kasiyan Timur saat ini menunjukkan adanya pergeseran pola konsumsi dan kebutuhan masyarakat terhadap layanan jasa, terutama dalam sektor perawatan kendaraan. Meningkatnya jumlah kendaraan pribadi di desa ini menyebabkan tingginya permintaan terhadap layanan bengkel yang dapat mendukung pemeliharaan kendaraan. Di sisi lain, perkembangan sektor bengkel di Desa tersebut belum diimbangi dengan tingkat kepuasan konsumen yang merata. Oleh karena itu, analisis terhadap kepuasan konsumen terhadap pelayanan bengkel di desa Kasiyan Timur menjadi penting untuk dipelajari, agar dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan. Terkait dengan kepuasan konsumen dalam sektor jasa bengkel telah banyak dibahas dalam berbagai penelitian sebelumnya. (Tumorang & Magdalena, 2023)

Beberapa studi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, responsivitas tenaga kerja, serta harga yang bersaing adalah faktor-faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen (Setiawan et al., 2024). Namun, sebagian besar penelitian tersebut dilakukan di kota-kota besar, sehingga belum banyak mengkaji secara spesifik tentang kepuasan konsumen terhadap pelayanan bengkel di daerah pedesaan seperti Kasiyan Timur. Beberapa peneliti kurang mengkaji secara mendalam diruang lingkup pedesaan dalam sektor bengkel. Penelitian sebelumnya belum cukup memberikan gambaran tentang dinamika kepuasan konsumen yang terpengaruh oleh faktor-faktor sosial-ekonomi lokal, serta perbedaan karakteristik konsumen di desa dengan konsumen di kota besar. Penelitian ini bertujuan untuk menggali secara lebih spesifik pengalaman dan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan bengkel di daerah pedesaan, yang dapat memberikan kontribusi baru bagi pengembangan ilmu manajemen pelayanan di konteks desa (Sinambela et al., 2022).

Jasa merupakan sebuah kinerja yang bersifat penampilan, tidak berwujud, cepat menghilang, lebih dirasakan daripada dimiliki, serta melibatkan partisipasi aktif konsumen dalam proses konsumsi jasa tersebut (Rifaldi, 2024). Dalam strategi pemasaran, definisi jasa harus diperhatikan secara mendalam karena maknanya sangat berbeda dengan produk berupa barang. Perkembangan jasa, baik lambat maupun cepat, sangat bergantung pada evaluasi terhadap kinerja yang disediakan oleh produsen. (J. Supranto, 1997: 227). Menurut Kotler (1994) dalam Tjiptono (1996: 6), jasa adalah setiap tindakan atau aktivitas yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apa pun. Produk jasa dapat berkaitan dengan produk fisik maupun tidak. Gronroos, seperti yang dikutip oleh Rambat Lupiyoadi (2001: 156), mengklasifikasikan kualitas jasa menjadi dua dimensi utama: pertama, *technical quality*, yaitu aspek yang berhubungan dengan kualitas produk jasa yang diterima konsumen, dan kedua, *functional quality*, yang merujuk pada aspek kualitas penyampaian suatu jasa. Lebih jauh lagi, perusahaan yang bergerak di sektor jasa harus mampu mengelola jasa secara

efektif dengan melibatkan unsur-unsur pemasaran, sumber daya manusia, dan operasional manajemen (Shofuroh, Dewi Asiyatus, 2023).

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah bagian dari pengalaman mereka terhadap produk atau layanan yang ditawarkan (Bahtiar Efendi, 2023). Berdasarkan pengalaman tersebut, konsumen cenderung membentuk nilai-nilai tertentu yang akan mempengaruhi keputusan mereka untuk membandingkan produk atau layanan dengan kompetitor lainnya. Jika sebuah perusahaan dapat memberikan produk atau layanan berkualitas tinggi, diharapkan dapat memenuhi harapan konsumen dan memberikan nilai yang optimal, sehingga menciptakan kepuasan yang lebih besar dibandingkan dengan kompetitor (Maghviro et al., 2016). Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, manajemen perlu lebih mendekatkan diri dengan kebutuhan konsumen, seperti menghubungi konsumen setelah mereka menggunakan layanan servis mobil atau kendaraan, serta menerapkan sistem shift pagi bagi pekerja untuk mengurangi waktu tunggu bagi konsumen yang datang pagi. Meskipun berbagai inovasi dilakukan untuk mempertahankan loyalitas konsumen, cara-cara yang diterapkan bengkel tersebut dirasa belum cukup efektif dalam memahami keinginan dan harapan konsumen secara langsung.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang menganalisis kepuasan konsumen terhadap pelayanan bengkel motor di Desa Kasiyan Timur. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 40 responden yang pernah menggunakan jasa bengkel. Kuesioner mengukur kepuasan berdasarkan beberapa variabel, seperti kualitas pelayanan, kecepatan, harga, dan keterampilan teknisi menggunakan skala Likert. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan software SPSS, dengan uji validitas, reliabilitas, statistik deskriptif, serta uji korelasi dan regresi untuk mengetahui hubungan antar variabel. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan pelayanan bengkel.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis data berdasar hasil uji validitas bisa ditunjukkan dari tabel bawah yakni:

3.1 Uji Validitas

Dinyatakan sah jika skor $r_{hitung} > r_{tabel}$, sama hanya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ sehingga dianggap tidak sah.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Jumlah Responden	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
Kepuasan konsumen	1	40	0,737	0,312	Valid
	2	40	0,815	0,312	Valid
	3	40	0,777	0,312	Valid
	4	40	0,773	0,312	Valid
	5	40	0,813	0,312	Valid

	6	40	0,407	0,312	Valid
	7	40	0,798	0,312	Valid
	8	40	0,768	0,312	Valid
	9	40	0,802	0,312	Valid
Pelayanan bengkel	1	40	0,802	0,312	Valid
	2	40	0,800	0,312	Valid
	3	40	0,805	0,312	Valid
	4	40	0,789	0,312	Valid
	5	40	0,707	0,312	Valid
	6	40	0,781	0,312	Valid
	7	40	0,750	0,312	Valid
	8	40	0,758	0,312	Valid
	9	40	0,463	0,312	Valid

Berdasarkan hasil perhitungan validitas pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan Konsumen dan Pelayanan Bengkel dinyatakan valid, karena nilai r hitung $> r$ tabel (0,312). Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dalam kuesioner dapat digunakan dalam analisis lebih lanjut. Validitas ini menunjukkan bahwa sebagian besar tanggapan responden konsisten dan sejalan dengan isi pernyataan dalam kuesioner, yang ditunjukkan dengan kecenderungan responden memberikan jawaban "sangat setuju". Hal ini memperkuat bahwa persepsi konsumen terhadap pelayanan bengkel motor di Desa Kasiyan cukup positif. Selain itu, hasil analisis juga menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif antara variabel Kepuasan Konsumen dengan Pelayanan Bengkel Motor di Desa Kasiyan, yang berarti semakin baik pelayanan yang diberikan, maka tingkat kepuasan konsumen juga akan meningkat. Selanjutnya, untuk menguji konsistensi instrumen, dilakukan uji reliabilitas, yang hasilnya ditunjukkan pada tabel berikut: Dinyatakan reliabel jika Cronbach's Alpha $>$ skor batas

Nilai batas = 0,70

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Responden	Cronbach's Alpha	Ket
Kepuasan konsumen (X)	40	0,913	Reliabel
Pelayanan bengkel(Y)	40	0,896	Reliabel

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas, diperoleh nilai koefisien reliabilitas angket Kepuasan Konsumen sebesar 0,913 dan angket Pelayanan Bengkel sebesar 0,896. Nilai ini menunjukkan bahwa setiap elemen dalam angket memiliki nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,60, sehingga seluruh instrumen dinyatakan reliabel. Artinya, data yang diperoleh melalui angket ini dapat dipercaya dan memiliki konsistensi internal yang tinggi, sehingga mampu memberikan gambaran yang akurat dan representatif mengenai pengaruh Kepuasan

Konsumen terhadap Pelayanan Bengkel di Desa Kasiyan. Kelebihan dari instrumen ini adalah kemampuannya dalam menggambarkan kondisi nyata di lapangan, serta memberikan dasar yang kuat untuk dilakukan analisis lebih lanjut dalam riset. Dengan instrumen yang reliabel, hasil penelitian diharapkan mampu menjadi referensi dalam perbaikan dan peningkatan mutu pelayanan bengkel di masa mendatang.

3.2 Uji Asumsi Klasik

Berikut yakni aturan untuk mengambil putusan uji normalitas residual:

Apabila skor Asymp Sig 2-tailed > 0.05, sehingga residual data dinyatakan terdistribusi normal, sedangkan jika nilai Asymp Sig 2-tailed < 0.05, maka nilai residual data dikatakan berdistribusi tidak normal.

Table 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		0,0000000
	Std. Deviation		1,47912850
Most Extreme Differences	Absolute		0,089
	Positive		0,080
	Negative		-0,089
Test Statistic			0,089
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		0,199
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,189
		Upper Bound	0,209
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

Mengacu pada data diatas, didapati skor Asymp. Sig. 2-tailed yakni 0.209 > 0.05, sehingga bisa diartikan jika skor residual data terdistribusi normal. Berikut ialah hasil analisis uji linearitas yakni: Penggunaan uji tersebut yakni guna melihat apakah dua elemen memiliki keterikatan yang linear secara signifikan maupun tidak.

Pedoman pengambilan keputusan:

Apabila skor Deviation from Linearity Sig > 0.05, sehingga ada keterikatan yang sehubungan secara signifikan pada X serta Y, sedangkan apabila skor Deviation from Linearity Sig < 0.05, maka tidak ada keterikatan yang linear secara signifikan pada X serta Y.

Tabel 4. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Pelayanan bengkel* Kepuasan konsumen	Between Groups	(Combined)	920,788	13	70,830	3,183	0,001
		Linearity	823,462	1	823,462	37,007	0,000
		Deviation from Linearity	97,326	12	8,111	0,364	0,970
	Within Groups		1179,331	53	22,252		
	Total		2100,119	66			

Berdasarkan data tersebut, diperoleh nilai Deviation from Linearity sebesar 0,970 yang lebih besar dari 0,05 ($0,970 > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat penyimpangan dari linearitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier antara kedua variabel yang diteliti. Artinya, perubahan pada salah satu variabel berhubungan secara langsung dengan perubahan pada variabel lainnya, dan hubungan tersebut dapat dijelaskan melalui model regresi linier. Dengan demikian, hubungan antara kepuasan konsumen dan pelayanan bengkel bersifat linier dan cukup kuat, sehingga layak untuk dianalisis lebih lanjut dalam penelitian ini. Selanjutnya, hasil analisis data berdasar hasil Uji Heteroskedastisitas bisa ditunjukkan pada table berikut yakni:

Berikut yakni aturan pengambil putusan pada Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser:

Apabila skor Sig > 0.05, maka gejala heteroskedastisitas tidak terjadi, namun apabila skor Sig < 0.05, maka heteroskedastisitas terjadi gejala.

Tabel 5. Hasil Uji Heterokedaktisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,568	0,306		8,379	0,000

	Kepuasan konsumen	-0,013	0,086	-0,019	-0,153	0,879
a. Dependent Variable: abs						

Berdasarkan output yang diperoleh, nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 0,879, yang lebih besar dari 0,05 ($0,879 > 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini. Hal ini menunjukkan bahwa sebaran residual bersifat homogen, sehingga asumsi klasik mengenai homoskedastisitas terpenuhi. Oleh karena itu, penelitian ini dapat dilanjutkan ke tahap analisis lebih lanjut tanpa kekhawatiran terhadap pelanggaran asumsi yang dapat memengaruhi validitas hasil dan kesimpulan

3.3 Uji R²

Tabel 6.1 Hasil Uji regresi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.626 ^a	.392	.383	361.818
a Predictors: (Constant), Kepuasan konsumen				
b Dependent Variable: Pelayanan bengkel				

Berdasarkan hasil analisis regresi, nilai koefisien determinasi (R Square) diperoleh sebesar 0,392 atau setara dengan 39,2%. Artinya, variabel Kepuasan Konsumen mampu menjelaskan 39,2% variasi yang terjadi pada variabel Pelayanan Bengkel di Desa Kasiyan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel independen (Kepuasan Konsumen) dan variabel dependen (Pelayanan Bengkel) bersifat sedang, namun tidak terlalu kuat. Sementara itu, sebesar 60,8% sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun Kepuasan Konsumen memberikan kontribusi terhadap Pelayanan Bengkel, masih terdapat faktor eksternal lain—seperti keterampilan mekanik, fasilitas bengkel, harga layanan, atau kecepatan pelayanan—yang juga berpengaruh, namun belum dijadikan fokus dalam penelitian ini.

3.4 Uji f (simultan)

Tabel 7. Hasil Uji f (simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum Squares	of df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	548.861	1	548.861	41.926	.000 ^b
	Residual	850.930	65	13.091		
	Total	1.399.791	66			
a Dependent Variable: Pelayanan bengkel						

b Predictors: (Constant), Kepuasan konsumen

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa nilai signifikansi (sig.) pada pengaruh variabel Kepuasan Konsumen (X) terhadap variabel Pelayanan Bengkel (Y) adalah sebesar 0,000, yang lebih kecil dari batas signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$). Selain itu, nilai Fhitung sebesar 41,926 lebih besar dibandingkan dengan Ftabel sebesar 3,14 ($41,926 > 3,14$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Hipotesis alternatif (H_a) diterima dan Hipotesis nol (H_0) ditolak, yang berarti model regresi layak digunakan untuk menjelaskan hubungan antara Kepuasan Konsumen dengan Pelayanan Bengkel di Desa Kasiyan. Temuan ini menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan Pelayanan Bengkel. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, maka semakin baik pula pelayanan yang diberikan oleh bengkel motor di Desa Kasiyan.

3.5 Uji t (parsial)

Jika skor t hitung $\geq$ t tabel sehingga H_a diterima serta H_0 ditolak, namun sebaliknya apabila t hitung $\leq$ t tabel sehingga H_a ditolak dan H_0 diterima.

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20,211	3,220		6,276	0,000
	KEPUASAN KONSUMEN	0,511	0,079	0,626	6,475	0,000
a. Dependent Variable: Pelayanan bengkel						

Dinyatakan skor Constant (a) yakni 20,211. Namun skor Kepuasan konsumen yakni 0,511. Oleh karenanya persamaan regresi yakni:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 20,211 + 0,511X$$

Penjelasannya:

- Konstanta dengan skor 20,211, mempunyai arti jika skor konsisten variabel pelayanan bengkel ialah besarnya 20,211.
- Koefisien regresi X yakni 0,511 berarti tiap kenaikan 1% skor Kepuasan konsumen akan meningkatkan skor Pelayanan bengkel yakni 0,511. Koefisien regresi ini bernilai positif, yang menunjukkan jika dampak pada X dengan Y bersifat positif.

Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel Kepuasan Konsumen dan Pelayanan Bengkel di Desa Kasiyan. Artinya, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, maka semakin baik pula persepsi terhadap pelayanan bengkel yang diberikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepuasan konsumen tidak hanya merefleksikan terpenuhinya kebutuhan dan harapan pelanggan terhadap layanan,

tetapi juga dapat mendorong peningkatan kualitas pelayanan secara keseluruhan. Pelayanan yang baik akan menciptakan pengalaman positif bagi konsumen, sehingga dapat memperkuat loyalitas pelanggan, reputasi bengkel, serta mendorong perbaikan berkelanjutan dalam praktik layanan. Dengan demikian, kepuasan konsumen dapat dianggap sebagai salah satu faktor penting yang mendukung keberlanjutan dan pengembangan pelayanan bengkel motor di Desa Kasiyan.

Pelayanan bengkel yang baik memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai tingkat pemenuhan ekspektasi konsumen terhadap jasa atau produk yang diberikan. Dalam konteks bengkel, pelayanan yang baik mencakup berbagai faktor seperti kualitas perbaikan, kecepatan pelayanan, sikap profesionalisme teknisi, serta komunikasi yang jelas antara konsumen dan staf bengkel (Hertina & Dirgasurya, 2023). Semua faktor ini bekerja bersama-sama untuk menciptakan pengalaman positif yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Salah satu faktor utama yang berpengaruh dalam pelayanan bengkel adalah kualitas pekerjaan yang dilakukan oleh teknisi. Konsumen datang ke bengkel dengan harapan agar masalah kendaraan mereka dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Jika teknisi dapat memberikan solusi yang akurat dan berkualitas, konsumen akan merasa puas dan lebih percaya untuk datang kembali jika diperlukan. Sebaliknya, jika kualitas pekerjaan buruk atau tidak memadai, konsumen akan merasa kecewa, yang dapat berdampak negatif pada kepuasan mereka. Selain itu, kecepatan pelayanan juga merupakan elemen penting dalam membangun kepuasan konsumen. Konsumen yang datang ke bengkel ingin mendapatkan layanan yang cepat dan efisien.

Keterlambatan dalam menyelesaikan perbaikan dapat menyebabkan ketidakpuasan, terlebih jika konsumen memiliki keterbatasan waktu. Bengkel yang mampu menyelesaikan pekerjaan dalam waktu yang dijanjikan, atau bahkan lebih cepat, dapat memberikan pengalaman positif yang berharga bagi konsumen (Nurhadi, 2020). Sikap staf bengkel, terutama dalam hal profesionalisme dan keramahan, juga sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Staf yang ramah, sopan, dan komunikatif dapat membuat konsumen merasa dihargai dan diperhatikan. Komunikasi yang jelas tentang perbaikan yang dilakukan, estimasi biaya, serta durasi perbaikan akan membuat konsumen merasa lebih nyaman dan mengurangi rasa cemas mereka. Sebaliknya, sikap yang tidak ramah atau kurang komunikatif dapat membuat konsumen merasa tidak dihargai, yang dapat mengurangi tingkat kepuasan mereka. Selain itu, faktor keandalan fasilitas bengkel dan kebersihannya juga dapat memengaruhi persepsi konsumen. Bengkel yang terawat dengan baik dan memiliki peralatan yang memadai menunjukkan bahwa bengkel tersebut peduli dengan kualitas pelayanan dan kenyamanan konsumen. Fasilitas yang bersih dan terorganisir juga memberikan kesan profesional dan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan. Secara keseluruhan, pelayanan bengkel yang baik tidak hanya mencakup perbaikan kendaraan yang efektif, tetapi juga pengalaman keseluruhan yang diberikan kepada konsumen. Konsumen yang mendapatkan pelayanan yang memuaskan, baik dalam hal kualitas pekerjaan, kecepatan, sikap staf, maupun fasilitas, cenderung merasa puas dan lebih loyal. Hal ini akan berdampak positif pada reputasi bengkel, di mana konsumen yang puas lebih mungkin untuk kembali menggunakan jasa bengkel tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain. Dengan demikian, pelayanan yang baik adalah faktor kunci dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen dan memperkuat keberhasilan bengkel.

Terkait dengan judul di atas, Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 267, yang artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik dan sebagian dari apa yang kamu ambil dari bumi untuk kalian. Janganlah kalian memilih yang buruk untuk disedekahkan, padahal kalian sendiri tidak ingin mengambilnya kecuali dengan mata yang terpejam. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji" (QS. Al-Baqarah (2): 267). Ayat ini menegaskan bahwa Islam sangat mengutamakan pelayanan yang berkualitas, dengan memberikan yang terbaik dan bukan yang buruk. Thorik G dan Utus H (2006: 77) menjelaskan bahwa pelayanan yang berkualitas tidak hanya sebatas mengantar atau melayani, tetapi juga memahami, mengerti, dan merasakan kebutuhan konsumen. Hal ini akan memastikan bahwa penyampaian dapat menyentuh hati konsumen dan memperkuat posisi dalam pikiran mereka. Kedua elemen tersebut tentunya akan memperkuat loyalitas konsumen. Dalam Islam, tolok ukur kualitas pelayanan disebut dengan *standardisasi syariah*, yang kemudian menjadi acuan dalam penilaian. Beberapa di antaranya adalah daya tanggap (*responsiveness*) dan memenuhi komitmen, seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Mā'idah Ayat 1: "Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji kalian...". Selain itu, profesionalisme dalam bekerja juga dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Insyirah Ayat 7: "Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), tetapkanlah bekerja keras (untuk urusan yang lain)".

Kedua, keandalan (*reliability*), yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad saw. dalam Al-Qur'an Surah al-Ahzāb Ayat 21, yang artinya: "Sesungguhnya telah ada pada diri Rasulullah itu suri tauladan yang baik bagimu, bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat, serta yang banyak mengingat Allah."

Ketiga, jaminan (*assurance*), yang mencakup keamanan, kenyamanan, kejujuran, dan hal-hal serupa. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surah al-Syū'arā Ayat 181-182: "Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain, dan timbanglah dengan timbangan yang benar." Adiwarmanto Karim (2003: 73) menjelaskan bahwa kualitas pelaku bisnis menentukan sukses atau gagalnya bisnis yang dijalankan, sejalan dengan ketentuan dalam Surah Ali Imrān Ayat 159: "Maka disebabkan rahmat dari Allah lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap kasar lagi berhati keras, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka, mohonlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu."

Keempat, perhatian (*empathy*), yang dalam Islam diajarkan harus dilandaskan pada iman sebagai bagian dari pengabdian kepada Allah. Hal ini tercermin dalam Surah al-Nahl Ayat 90: "Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran."

Kelima, bukti fisik (*tangible*), misalnya melalui cara berpakaian yang santun, sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an Surah al-A'raf Ayat 26: "Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan..." Fasilitas juga termasuk dalam bukti fisik ini, yang mana Allah melarang menonjolkan kemewahan, sesuai dengan Surah al-Takātsur Ayat 1-5: "Bermegah-megahan telah melalaikan kamu, sampai kamu masuk dalam kubur".

Figur Rasulullah saw. adalah contoh nyata dari seorang pelaku bisnis yang sukses. Hal ini tercermin dalam sifat-sifat wajib yang harus dimiliki oleh seorang rasul, yaitu *siddiq*, *amānah*, *tabligh*, *fatānah*, serta *ihsān* dan *itqān*. Selain itu, ada beberapa prinsip yang harus

diterapkan dalam setiap kegiatan muamalah. Pertama, asas ilāhiyyah, yaitu mendasarkan segala tindakan pada ketundukan dan tanggung jawab kepada Allah, sebagaimana disebutkan dalam Surah al-Hadīd Ayat 4. Kedua, asas kerelaan, yang berarti setiap kegiatan muamalah harus dilakukan dengan dasar saling rela, tanpa ada yang merasa terpaksa, seperti yang dijelaskan dalam Surah al-Nisā' Ayat 29. Terakhir, asas kejujuran dan kebenaran, yang termaktub dalam Surah Al-Ahzāb Ayat 70 dan al-Isrā' Ayat 27.

Dalam konteks pelayanan bengkel motor, kualitas perbaikan, kecepatan layanan, sikap ramah, serta profesionalisme teknisi sangat memengaruhi bagaimana konsumen menilai pengalaman mereka. Jika bengkel memberikan pelayanan yang cepat, tepat, dan memadai, maka kepuasan konsumen akan meningkat, yang pada gilirannya berpotensi meningkatkan loyalitas konsumen. Namun demikian, meskipun pelayanan bengkel sudah cukup baik, tetap ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki, seperti meningkatkan kecepatan penyelesaian pekerjaan dan memberikan perhatian lebih terhadap kenyamanan konsumen selama proses perbaikan. Hal ini penting untuk menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi konsumen dan mengurangi kemungkinan ketidakpuasan yang timbul akibat keterlambatan atau kualitas layanan yang kurang memadai. Penting bagi pengelola bengkel di Desa Kasiyan Timur untuk terus memperhatikan dan mengembangkan kualitas pelayanan, agar dapat mempertahankan konsumen yang sudah ada dan menarik konsumen baru.

Inovasi dan peningkatan fasilitas, serta pelatihan untuk staf bengkel, akan sangat membantu dalam mewujudkan pelayanan yang lebih baik. Sebagaimana yang tercermin dalam ajaran Islam tentang pentingnya memberikan pelayanan yang baik dan jujur kepada sesama, meningkatkan kualitas pelayanan di bengkel motor bukan hanya untuk keuntungan bisnis, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab sosial dalam memberikan kepuasan kepada konsumen. Dengan memperhatikan hal-hal tersebut, bengkel di Desa Kasiyan Timur dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat, serta meningkatkan reputasi dan daya saingnya di pasar.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis kepuasan konsumen terhadap pelayanan bengkel di Desa Kasiyan Timur, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh bengkel tersebut berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Sebagian besar konsumen merasa puas dengan beberapa aspek pelayanan, seperti keterampilan teknisi, waktu pelayanan, dan responsivitas bengkel terhadap keluhan atau permintaan konsumen. Namun, terdapat beberapa area yang perlu ditingkatkan, terutama dalam hal fasilitas bengkel yang kurang memadai dan harga jasa yang dianggap relatif tinggi dibandingkan dengan bengkel lain di daerah sekitar. Secara keseluruhan, meskipun sebagian besar konsumen merasa puas, masih ada ruang untuk perbaikan agar tingkat kepuasan konsumen lebih optimal. Dari hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan teknisi, kecepatan perbaikan, dan komunikasi yang jelas antara teknisi dengan konsumen. Konsumen cenderung lebih puas jika mereka merasa dilayani dengan cepat dan hasil perbaikan sesuai dengan harapan. Sebaliknya, kekurangan dalam fasilitas atau layanan tambahan lainnya, seperti tempat duduk yang nyaman atau fasilitas parkir yang memadai, menjadi faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas teknis dalam pekerjaan bengkel sudah baik, aspek kenyamanan dan fasilitas harus diperhatikan agar kepuasan konsumen lebih terjaga.

REFERENSI

- Al-Qur'an dan Terjemahannya: Departemen Agama RI, Jakarta 1997
- Afriska, A. E., Zulham, T., & Dawood, T. C. (2019). Pengaruh Keberadaan Bengkel Kecil di Desa untuk PEmenuhan Ekonomi. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 4(2), 231–248. <https://doi.org/10.24815/jped.v4i2.12947>
- Hertina, D., & Dirgasurya, M. H. P. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey pada Bengkel Berguna Motor di Kota Cimahi). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(2), 1473. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1358>
- HS, T. M., & Abdain. (2023). Bengkel dan pelayanannya dalam pengembangan ekonomi, 5(2), 148–166. <https://doi.org/10.19105/al-manhaj.v5i2.10343>
- Nasrulloh, A. A., & Fadillah, I. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pengguna Jasa Barbershop Di Kecamatan Singaparna Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 25–37. <https://doi.org/10.37058/jes.v4i1.800>
- Nurhadi, N. (2020). Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah. *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 137. <https://doi.org/10.14421/ekbis.2018.2.2.1100>
- Pratama, R., & Adriyanto, A. T. (2023). Pengaruh Customer Experience dan Customer Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Studi pada Pelanggan di Bengkel Ravi Motor Juwana-Pati. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(2), 241–250.
- Ramadhan, D. (2016). Peningkatan kesejahteraan ekonomi keluarga melalui usaha bengkel motor khas lampung dalam perspektif ekonomi islam (studi pekon banjar agung kecamatan Gunung Alip kabupaten Tanggamus). *Skripsi*, 1–134. <http://repository.radenintan.ac.id/1228/1/SKRIPSI LENGKAP.pdf>
- Rifaldi, M. (2024). ANALISIS PERSAINGAN USAHA DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PERILAKU PENGUSAHA PADA WIRUSAHA BENGKEL LAS KELURAHAN PAMPANG KECAMATAN PANAKUKKANG KOTA MAKASSAR. 1192(January), 304–317.
- Setiawan, A., Syarvina, W., & Jannah, N. (2024). Analisis Penerapan Sistem Akuntansi Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada Bengkel Honda Servis. *Jesya*, 7(2), 1771–1781. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i2.1689>
- Shofuroh, Dewi Asiyatus, D. (2023). ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN (STUDI USAHA BENGKEL MOTOR 38B LAMPUNG TIMUR). 4, 334–347.
- Sinambela, E. A., Retnowati, E., Ernawati, E., Lestari, U. P., & Munir, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Retensi Pelanggan Bengkel Resmi Honda Surabaya. *Jurnal Baruna Horizon*, 5(1), 17–25. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v5i1.73>
- Trihudyatmanto, M. (2022). Peran Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(5), 51–63.

- Tumorang, Y. P., & Magdalena, N. (2023). Atribut Perbaikan Layanan, Emosi dan Kepuasan Konsumen UMKM Bengkel Motor. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(12), 10082–10089. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i12.2419>
- Wahyuni, M. (2020). praktik bengkel motor dan mobi;l dalam usaha desa 6(11), 951–952. (Issue Mi).