

# PENGARUH STRATEGI PENJUALAN DAN PELAYANAN JASA SERVIS SEPEDA MOTOR TERHADAP MINAT BELI SPARE PART HONDA DI BENGKEL AHASS JATI INDAH MOTOR SUMBERWUDI LAMONGAN

(THE INFLUENCE OF MOTORCYCLE SALES AND SERVICE SERVICES STRATEGY ON THE INTEREST OF BUYING HONDA SPARE PARTS IN AHASS JATI INDAH MOTOR WORKSHOP, SUMBERWUDI LAMONGAN)

*Zahrotun Nafisah<sup>1</sup>, Mohammad Yaskun<sup>2</sup>, Yuhronur Efendi<sup>3</sup>*

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Islam Lamongan  
[zahrotunpisa4@gmail.com](mailto:zahrotunpisa4@gmail.com)

---

**Website:**

---

**Abstrak**

---

**Kata Kunci:**

*Penjualan, Pelayanan  
Jasa, Minat Beli*

---

Penjualan dan pelayanan jasa berpengaruh secara parsial terhadap minat beli spare part di Ahass Jati Indah Motor Sumberwudi Lamongan. Untuk mengetahui penjualan dan pelayanan jasa berpengaruh secara simultan terhadap minat beli spare part di Ahass Jati Indah Motor Sumberwudi Lamongan. Untuk mengetahui diantara variabel penjualan dan pelayanan jasa yang paling berpengaruh terhadap minat beli spare part di Ahass Jati Indah Motor.

Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan  $Y = -0,327 + 0,427 X_1 + 0,834 X_2$ . Hasil analisis secara parsial menggunakan uji t diperoleh t hitung variabel penjualan  $X_1$  adalah 5,485 dengan tarif 5% t tabel 1,984. Pelayanan  $X_2$  berpengaruh secara positif terhadap minat beli. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis pelayanan jasa yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 10,972 dengan taraf 5% t tabel 1,984. Hasil perhitungan dari uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 170,778 sedangkan F tabel sebesar 3,09. Hasil nilai R square + 0,779 artinya penjualan dan pelayanan jasa mempengaruhi minat beli sebesar 77,9% sedangkan sisanya 22,1% dipengaruhi oleh variabel diluar penjualan dan pelayanan jasa.

Penjualan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat beli spare part. Dan pelayanan

jasa berpengaruh secara parsial terhadap minat beli spare part. Penjualan dan pelayanan jasa berpengaruh secara simultan terhadap minat beli. Variabel pelayanan jasa merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat beli spare part dibengkel Ahass Jati Indah Motor Sumberwudi Lamongan.

---

**Keywords :**

*sales, service and buying interest*

**Alamat Kantor:**

Jl. Raya Sumberwudi No.  
144 Karanggeneng

---

**Abstract**

*Sales and services have a partial effect on interest in buying spare parts at Ahass Jati Indah Motor Sumberwudi Lamongan. To find out sales and services simultaneously influence the interest in buying spare parts at Ahass Jati Indah Motor Sumberwudi Lamongan. To find out which of the sales and service variables that most influence the interest in buying spare parts at Ahass Jati Indah Motor.*

*The results of multiple linear regression analysis obtained the equation  $Y = -0.327 + 0.427 X_1 + 0.834 X_2$ . The results of the partial analysis using the *t* test obtained *t* count of the sales variable  $X_1$  was 5.485 with a rate of 5% *t* table 1.984.  $X_2$  service has a positive effect on purchase intention. This can be seen from the results of testing the service hypothesis which shows the *t* value of 10.972 with a level of 5% *t* table 1.984. The results of the calculation of the *F* test obtained the calculated *F* value of 170.778 while the *F* table is 3.09. The result of the value of *R* square + 0.779 means that sales and services affect purchase interest by 77.9% while the remaining 22.1% is influenced by variables outside of sales and services.*

*Sales do not partially affect the interest in buying spare parts. And services have a partial effect on interest in buying spare parts. Sales and services simultaneously influence purchase interest. Service service variable is the most dominant variable influencing the interest in buying spare parts at Ahass Jati Indah Motor Sumberwudi Lamongan workshop.*

---

**PENDAHULUAN**

Perkembangan dunia otomotif, khususnya motor di Indonesia setiap harinya terus mengalami persaingan dalam pelayanan servis motor dan penjualan spare part motor pada umumnya. Setiap bengkel motor, kini bersaing dalam memberikan pelayanan servis dan penjualan spare part bengkel tersebut. Pelayanan konsumen sangat

diutamakan oleh Bengkel Ahass Jati Indah Motor dalam melakukan servis motor, pelayanan yang di berikan berupa servis sepeda motor yang berkualitas dan juga harga yang terjangkau menjadi salah satu prioritas yang di berikan kepada konsumen.

Pertambahan pengguna sepeda motor ini tidak hanya terjadi di kota-kota besar namun juga tersebar diseluruh Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis jasa yang memiliki variasi pelayanan berupa servis sepeda motor, penyediaan spare part kendaraan ini masih memiliki prospek yang bagus di masa mendatang asalkan didukung oleh basis konsumen yang memiliki tingkat loyalitas tinggi.

Dalam peningkatan minat beli konsumen, perusahaan juga harus semakin inovatif dalam mengeluarkan produk spare part yang sekiranya disukai konsumen. Tanpa inovasi produk suatu perusahaan bisa tenggelam dalam persaingan dengan produk-produk lain yang semakin memenuhi pasar. Selain itu masih banyak hal lain yang perlu dipertimbangkan agar produk sparepart lebih diminati oleh masyarakat luar, khususnya pasar otomotif.

## **METODE PENELITIAN**

Adapun yang menjadi metode pengumpulan data dalam penyusunan skripsi ini antara lain:

### **Jenis Data**

Jenis data yang digunakan pada penelitian mengenai pengaruh strategi penjualan dan pelayanan jasa terhadap minat beli ini adalah data primer dan data sekunder.

#### **a. Data Primer**

Data primer yang dimaksud adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dari lokasi penelitian dan belum melalui proses pengumpulan dari pihak lain. Dalam hal ini adalah dari jumlah produk yang dihasilkan mengalami peningkatan dari jumlah pihak yang beroperasi sebagai responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pelengkap yang diperoleh dari instansi terkait yang berupa buku buku acuan dan dokumentasi.

**Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data yang relevan dan akurat penulis melaksanakan pengumpulan data dengan cara sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan penelitian kepada orang dan objek alam yang lain (Sugiyono, 2014:203).

b. Interview (wawancara)

Wawancara di gunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil (Sugiyono, 2014: 194)

c. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013: 199) alasan mengenai penggunaan kuesioner adalah menghemat waktu dn tenaga.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji validitas**

Analisis uji validitas terhadap ke empat variabel yang di gunakan pada penelitian ini, yakni kinerja, hasil produksi, *reward* dan pendapatan karyawan yang memakai program *SPSS 20 for Windows* dengan 100 sampel responden, adapun perhitungan sebagai berikut:

**Hasil Uji Validitas**

No	Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	X <sub>1</sub>	X <sub>1.1</sub>	0,816	0,196	Valid
		X <sub>1.2</sub>	0,744	0,196	Valid

2.	X <sub>2</sub>	X <sub>1.3</sub>	0,764	0,196	Valid
		X <sub>2.1</sub>	0,868	0,196	Valid
		X <sub>2.2</sub>	0,828	0,196	Valid
		X <sub>2.3</sub>	0,926	0,196	Valid
3.	Y	Y <sub>1.1</sub>	0,848	0,196	Valid
		Y <sub>1.2</sub>	0,697	0,196	Valid
		Y <sub>1.3</sub>	0,846	0,196	Valid
		Y <sub>1.4</sub>	0,906	0,196	Valid

*Sumber: Hasil Output SPSS 26*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa semua indikator atau semua item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur setiap variabel dalam penelitian ini memiliki  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,196) yang berarti semua indikator dari masing-masing variabel tersebut adalah valid.

### Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas kinerja, hasil produksi *reward* dan pendapatan karyawan yang memakai program *SPSS 20 for Windows* dengan 40 responden dapat di tunjukkan pada tabel dibawah ini:

#### Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha (α)	Standart Reliabilitas	Keterangan
1.	Penjualan	0,665	0,6	Reliabel
2.	Pelayanan jasa	0,845	0,6	Reliabel
3.	Minat Beli	0,845	0,6	Reliabel

*Sumber: Hasil Output SPSS 20*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas untuk keempat variabel penelitian dengan melihat nilai uji reliabilitas yang di gunakan dalam penelitian ini diperoleh nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel penjualan sebesar 0,665, variabel pelayanan jasa sebesar 0,845, dan variabel minat beli sebesar 0,845. Nilai *Cronbach Alpha* untuk ke tiga variabel yang di pakai pada penelitian ini menunjukkan hasil lebih besar dari 0,60. Dengan itu bisa di simpulkan bahwa pertanyaan pada kuesioner ini adalah reliabel.

## Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.		
	B	Std. Error	Beta			
1.	(Constant)	,327	,918		0,356	,723
	Total_X1	,427	,086	,325	5,485	,000
	Total_X2	,834	,76	,650	10,972	,000

a. Dependent Variable: Minat Beli

*Sumber: Hasil Output SPSS 20*

Dari tabel di atas menunjukkan adanya persamaan regresinya sebagai berikut ini:

$$Y = -0,327 + 0,427 X_1 + 0,834 X_2$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a = Koefisien minat beli merupakan nilai constant artinya apabila variabel bebas yang memperoleh ( variabel penjualan dan variabel pelayanan jasa ) di anggap constan (X1 dan X2 = 0 ), maka minat beli adalah 0,327

b<sub>1</sub> = Koefisien penjualan artinya untuk variabel (X1) penjualan harga koefisien regresi (b1) menunjukkan nilai 0,427 yang artinya apabila variabel (X1) penjualan mengalami kenaikan satu unit, maka akan meningkatkan minat beli sebesar 0,427 dengan asumsi variabel lain yang mempengaruhi di anggap konstan ( a dan X2 = 0 ).

b<sub>2</sub> = Koefisien pelayanan jasa artinya untuk variabel (X2) pelayanan jasa koefisien regresi (b2) menunjukkan nilai 0,834 yang artinya apabila variabel (X2) pelayanan jasa mengalami kenaikan satu unit, maka akan meningkatkan minat beli sebesar 0,834 dengan



sumsi variabel lain yang mempengaruhi di anggap konstan ( $a \text{ dan } X_1 = 0$ ).

Dari hasil koefisien variabel- variabel bebas diatas bernilai negatif ( $X_1$ ) dan positif ( $X_2$ ) . Hal ini berasrti mempunyai arah perubahan yang tidak searah dengan variabel terikat. Disamping itu koefisien variabel pelayanan jasa dengan koefisien regresi 0,834 mempunyai nilai terbesar dibandingkan dengan koefisien regresi variabel penjualan yaitu 0,427. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi minat beli adalah pelayanan jasa.

#### Analisis Koefisien Korelasi berganda

Untuk mengetahui uji koefisien determinasi yang dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 20 for Windows* dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Hasil Uji Koefisien Korelasi berganda**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,883 <sup>a</sup>	,779	,774	1,103

a. Predictors: (Constant), penjualan, pelayanan jasa

*Sumber: Hasil Output SPSS 20*

Pada tabel diatas memperlihatkan bahwa angka koefisien korelasi (R) sebesar 0,883. Artinya terdapat hubungan yang kuat antara variable bebas dengan variable terikat.

#### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

<b>Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)</b>				
<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,883 <sup>a</sup>	,779	,774	,1,103

a. Predictors: (Constant), penjualan, pelayanan jasa

*Sumber: Hasil Output SPSS 20*

Berdasarkan analisis uji koefisien determinasi diatas menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,779 atau 77,9%, yang berarti variabel dependen yaitu minat beli dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu penjualan dan pelayanan jasa. Serta sisanya 22,1% minat dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel tersebut.

### Uji T

Adapun uji T dalam penelitian ini Tingkat signifikansi adalah

$$\alpha / 2 = 5\% / 2 = 0,025$$

$$t_{\text{tabel}} (\alpha/2 : n-k-1) = 0,025 : n-k-1$$

$$= 0,025 : 100-2-1$$

$$= 0,025 : 97$$

Maka nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,984

Dengan menggunakan *SPSS 20 for windows* tersebut dinyatakan  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semua variable secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli spare part di bengkel Ahass Jati Indah Motor Sumberwudi Lamongan.

### Uji F

Dari hasil pengujian *SPSS 20 for windows* F diperoleh  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 170,778 dan  $F_{\text{tabel}}$  3,09 artinya  $F_{\text{hitung}} >$  dari  $F_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, dan jika diperoleh  $F_{\text{hitung}} <$  dari  $F_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima  $H_0$  ditolak. Hal ini menyatakan bahwa variabel penjualan dan pelayanan jasa mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap minat beli spare part pada Ahass Jati Indah Motor Sumberwudi Lamongan.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang di laksanakan dengan penjelasan hasil penelitian yang sudah ditunjukkan pada bab diatas maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:



1. Terdapat pengaruh signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai signifikansi penjualan lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa variabel penjualan berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar 5,485. Variabel pelayanan jasa juga memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai signifikansi pelayanan jasa lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa variabel pelayanan jasa juga berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar 10,972 yang berarti bahwa hipotesis pertama atau  $H_1$  terbukti.

2. Terdapat pengaruh signifikansi dari variabel penjualan dan variabel pelayanan jasa dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 , sedangkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 170,778 lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 3,09. Artinya  $H_2$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penjualan dan variabel pelayanan jasa secara simultan berpengaruh terhadap minat beli.

3. Dari hasil perhitungan regresi linier berganda diperoleh nilai  $Y = -0,327 + 0,427 x_1 + 0,834 x_2$  maka berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  variabel penjualan sebesar 5,485 nilai  $t_{hitung}$  variabel pelayanan jasa sebesar 10,972. Dan hasil perhitungan uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  penjualan sebesar 5,485 dan  $t_{hitung}$  pelayanan jasa sebesar 10,972. Hal ini dapat disimpulkan dengan hasil uji pada variabel pelayanan jasa sebesar 10,972 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,834 , dapat dijelaskan bahwa variabel pelayanan jasa memiliki dominan terhadap variabel minat beli sparepart pada Bengkel Ahass Jati Indah Motor Sumberwudi Lamongan.

## DAFTAR PUSTAKA

Apriandi, alex. 2007. *analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pemilihan bengkel resmi sepeda motor honda*. skripsi. yogyakarta: universitas sanata dharma.

Chandra, Tjiptono. 2012. *Pengertian Positioning*. Jakarta: Erlangga.

Erdiansyah. 2016. pengaruh disiplin dan motivasi kerja terhadap

kinerja pegawai pada Cv patakaran Palembang. *E-Jurnal Ekonomi Global*. Volume 01 Nomer 01.

Fadli Ahmad, Nasib. 2019. *Konsep intisari strategi pemasaran*. Medan : Cv. Pena Persada.

Farid, Salman. 2019. *Pengaruh persepsi harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa servis motor*. Skripsi. Lamongan : universitas islam darul ulum.

Herdian Nana. 2015. *Manajemen strategi pemasaran*. Bandung : Cv Pustaka Setia.

Hidayat, Sukasman, Agus. 2012. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli sepeda motor baru yamaha*. Skripsi. Semarang : universitas diponegoro.

Killer & kotler. 2016. *Pengertian Produk*. Jakarta : Erlangga.

Killer& Kolter. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

Kolter , philip & keller, Kevin Lane. 2011. Ahli bahasa Bob Sabran. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.

Kembuan, cyndi, precylia. 2014. *Analisis Segmentasi Targeting Dan Positioning Pembiayaan Mobil Pada PT Adira Dinamik Multifinance Tbk Cabang Manado*. *E-Jurnal EMBA*. Volume 02 No 03.

Lili Harjati & Yurikw Venesia. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Presepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala*. *E-jurnal WIDYA Ekonomika*. Volume 01 No 01.

Nurcholidah, L. & Sulaeman, MM. (2018). Comparative Consumer Perceptions To Purchase Decisions Of Drinking Water In Packed Brand Le Mineral And Aqua In Tikung, Lamongan Regency. *JHSS (JOURNAL OF HUMANITIES AND SOCIAL STUDIES)* 5 (3), 268-271

Novandari, made. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Harpindo Jaya*. Skripsi. Semarang : Universitas Diponegoro.

Rambat Lupiyoadi . 2017. *Pemasaran Jasa*, edisi 01, universitas terbuka, Tangerang selatan.

Ruswaji, Sulaeman, MM. (2021). Development And Innovation Of Sendang Batik

Design And Motivation During The New Normal Time With Siwalan Leaf And Fruit Motif. *JHSS (Journal Of Humanities And Social Studies)* 5 (3), 326-329

- Sepang. Jl, Massie Jdd, Joel G. 2014. Pengaruh motivasi , presepsi harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen sepeda motor matic merek yamaha mio. Skripsi. Manado : Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen pemasaran teori dan implementasi*. Yogyakarta : Cv. Andi Ofset
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Satriawan , robbly. 2018. *Pengaruh promosi terhadap volome penjualan pada kangaroo motor mandiri*. Skripsi. Bengkulu : insitut agama islam negeri IAIN.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaeman, MM. & Harsono M. (2021). Supply Chain Ontology: Model Overview and Synthesis. *Jurnal Mantik* 5 (2), 790-799
- Sulaeman, Moh.Muklis. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Komsumen Pada Merek Cardinal Di Ramayana Bungurasih Sidoarjo, *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)* 3 (3), 747-822
- Sulaeman, MM. (2020). Sosialisasi Kewirausahaan dalam Upaya Peningkatan UMKM Desa Palangan Kecamatan Karangbinangun Kabupaten Lamongan. *Jurnal Abdimas Berdaya: Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan dan Pengabdian Masyarakat*. Hal. 16-22
- Sulaeman, MM. Et.al. (2022). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Anggota Pengguna Jasa Koperasi Simpan Pinjam Artha Niaga Sentosa Surabaya. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 3 (4), 892-895
- Tjiptono, Fandy . 2016. *Pelayanan Jasa* . Edisi 01, Uviverstitas Muhammadiyah, Magelang.