

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN PADA BENGKEL MOTOR TIGA PUTRA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA DI KOTA PADANG

Dimas Araydi Vangga¹, Febby Nadia Wulandari², Tri Pria Anugrah³, Nanda Lima Krisna⁴
dimas.vangga15@gmail.com¹, febbynadia12345@gmail.com², tripriaa@gmail.com³,
amarta.nanda@gmail.com⁴

Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang

ABSTRAK

Banyaknya pengguna kendaraan berlalu lalang di Jalan By Pass Kota Padang. Fenomena ini menimbulkan banyaknya pengguna sepeda motor yang ada di jalan By Pass khususnya kota Padang banyak pula yang membuka usaha jasa bengkel motor maupun mobil. Salah satunya adalah Bengkel Motor Tiga Putra yang berlokasi di Jalan By Pass Km 16, Air Pacah, Kecamatan Koto Tangah, Kota Padang, Sumatra Barat. Bengkel Motor Tiga Putra merupakan unit usaha yang melayani service motor, ganti oli, sekaligus menjual berbagai suku cadang motor dan sebagainya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam menggunakan jasa Bengkel Motor Tiga Putra dipengaruhi oleh empat faktor yaitu faktor kebudayaan yang meliputi budaya, sub-budaya, dan kelas sosial. Faktor sosial meliputi kelompok referensi, keluarga, dan peran sosial. Faktor kepribadian meliputi usia, pekerjaan, gaya hidup, ekonomi, dan kepribadian dan sikap. Faktor psikologis yang meliputi motivasi, persepsi, belajar, sikap dan kepercayaan. Dari keempat faktor tersebut, faktor yang paling mempengaruhi adalah faktor kebudayaan dan faktor psikologis. Konsumen menggunakan jasa Bengkel Motor Tiga Putra karena ingin memperbaiki sepeda motornya atau melakukan servis dan ganti oli secara berkala. Berbagai keunggulan yang ditawarkan Bengkel Motor Tiga Putra dapat mempermudah konsumen dalam memilih sesuai dengan kebutuhan sepeda motor konsumen. Selain itu konsumen yang menggunakan jasa Bengkel Motor Tiga Putra didasari dengan rasa percaya, pelayanan yang memuaskan, dan harga yang terjangkau. Selain itu juga Bengkel Motor Tiga Putra tidak membeda-bedakan konsumen.

Kata Kunci : Perilaku konsumen, Bengkel Motor Tiga Putra

ABSTRACT

Many vehicle users passing by on the By Pass Road in Padang City. This phenomenon has given rise to many motorbike users on the By Pass road, especially in the city of Padang, many of whom have opened motorbike and car repair businesses. One of them is the Tiga Putra Motorcycle Workshop which is located on Jalan By Pass Km 16, Air Pacah, Koto Tangah District, Padang City, West Sumatra. Tiga Putra Motor Workshop is a business unit that provides motorbike services, oil changes, as well as selling various motorbike spare parts and so on. This research uses descriptive qualitative methods, data collection techniques using interviews, observation and documentation. The results of this research show that consumer behavior in using Tiga Putra Motor Workshop services is influenced by four factors, namely cultural factors which include culture, sub-culture and social class. Social factors include reference groups, family, and social roles. Personality factors include age, occupation, lifestyle, economy, and personality and attitude. Psychological factors include motivation, perception, learning, attitudes and beliefs. Of these four factors, the factors that influence the most are cultural factors and psychological

factors. Consumers use the services of Tiga Putra Motor Workshop because they want to repair their motorbike or have it serviced and change the oil regularly. The various advantages offered by the Tiga Putra Motorcycle Workshop can make it easier for consumers to choose according to their motorbike needs. Apart from that, consumers who use Tiga Putra Motor Workshop services are based on a sense of trust, satisfactory service and affordable prices. Apart from that, Tiga Putra Motorcycle Workshop does not discriminate between consumers.

Keywords: *Consumer behavior, Tiga Putra Motorcycle Workshop*

PENDAHULUAN

Banyaknya pengguna kendaraan berlalu lalang di Jalan By Pass Kota Padang. Fenomena ini menimbulkan banyaknya pengguna sepeda motor yang ada di jalan By Pass khususnya kota Padang banyak pula yang membuka usaha jasa bengkel motor maupun mobil. Salah satunya adalah Bengkel Motor Tiga Putra yang berlokasi di Jalan By Pass Km 16, Air Pacah, Kecamatan Koto Tangah, Kota Padang, Sumatra Barat. Bengkel Motor Tiga Putra merupakan unit usaha yang melayani service motor, ganti oli, sekaligus menjual berbagai suku cadang motor dan sebagainya. Bengkel Motor Tiga Putra memiliki jam operasional buka hari Senin-Minggu kecuali Jumat, mulai pukul 08:00-20:00 WIB. Karakteristik konsumen pada Bengkel Motor Tiga Putra jika dilihat dari letaknya, memang kebanyakan adalah seorang mahasiswa/i dan karyawan swasta. Bengkel Motor Tiga Putra juga tidak memiliki kriteria untuk menggunakan jasanya, siapapun boleh memakai jasanya. Adanya hal tersebut tidak heran jika setiap harinya Bengkel Motor Tiga Putra selalu ada konsumen. Jika dilihat dari harinya, jam kerja Bengkel Motor sangat ramai dan padat di hari Sabtu dan Minggu dimana para konsumen libur bekerja. Konsumen dari Bengkel Motor Tiga Putra adalah masyarakat sekitar wilayah tempat Bengkel Motor Tiga Putra berada. Selain itu juga strategis terletak di jalan utama dimana sebagai akses masyarakat sekitar. Bahkan konsumen atau calon konsumen yang datang ke Bengkel Motor Tiga Putra bukan hanya dari wilayah sekitar, namun dari wilayah yang sebenarnya jauh dari lokasi bengkel. Tidak bisa dipungkiri sudah pasti terdapat bengkel sepeda motor yang ada di setiap sudutnya, hal ini tentunya juga menjadi kompetitor bagi Bengkel Motor Tiga Putra. Maka dari itu, unit usaha harus memiliki keunikan atau ciri khas berbeda dari kompetitor. Pada Bengkel Motor Tiga Putra memiliki keunikan pemberian garansi sparepart, antar dan jemput motor konsumen, lokasi Bengkel Motor Tiga Putra sudah ada pada Google Maps yang lebih memudahkan konsumen, selain itu alat pembayaran sudah bisa menggunakan transfer dompet digital. Jika dilihat dari jenisnya, Bengkel Motor Tiga Putra termasuk bengkel umum berbeda dengan bengkel resmi seperti AHASS, YAMAHA, dan lain sebagainya. Adapun keistimewaan dari Bengkel Motor Tiga Putra adalah pemilik dan karyawannya memiliki kredibilitas, fasilitas yang memenuhi kebutuhan konsumen seperti ruang tunggu yang luas, tersedianya air minum bagi konsumen, tempat ibadah, dan tidak adanya jarak antara konsumen dengan montir saat pengerjaan. Bengkel Motor Tiga Putra tidak sepi konsumen karena keberadaannya di dekat tempat tinggal masyarakat dan kawasan kampus.

Bengkel Motor Tiga Putra memiliki konsumen dari semua kalangan yang kebanyakan adalah laki-laki, baik itu bapak-bapak maupun remaja. Bahkan bukan hanya laki-laki saja yang menjadi konsumen Bengkel Motor Tiga Putra, ada konsumen perempuan juga. Jadi pada Bengkel Motor Tiga Putra sama sekali tidak memandang konsumen dari jenis kelamin sekalipun. Maka tidak heran jika di setiap harinya Bengkel Motor Tiga Putra memiliki konsumen, hal ini juga mengubah pandangan masyarakat bahwa yang datang ke bengkel bukan hanya laki-laki. Biasanya ada beberapa konsumen yang memang sudah datang sebelum jam kerja, dengan alasan karena ketika sudah jam kerja mulai maka konsumen yang lain akan datang sehingga ramai dan antri. Selain itu

menurut penuturan pemilik bengkel, banyak juga konsumen yang sudah jauh-jauh hari memilih waktu kapan akan menggunakan jasa Bengkel Motor Tiga Putra. Hal ini juga tentunya juga menjadi keunggulan tersendiri bagi Bengkel Motor Tiga Putra. Saat jalannya operasional bengkel, pemilik beserta montir melakukan penawaran dan konfirmasi kepada konsumen jika ada penggantian. Keunggulan ini lah yang nantinya menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memilih suatu produk atau jasa yang dibutuhkannya.

Perilaku konsumen dianalisis untuk mengetahui alasan konsumen dalam memilih suatu produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Penelitian ini dilakukan di Bengkel Motor Tiga Putra karena setelah melakukan observasi secara langsung di lokasi tersebut, mengamati situasi dan kondisi sekitar, dan melakukan wawancara dengan konsumen. Dari hasil pra-survey lokasi wawancara dengan konsumen menunjukkan bahwa perilaku konsumen pada Bengkel Motor Tiga Putra untuk melakukan perbaikan sepeda motor sesuai dengan kebutuhan konsumen. Ketika konsumen sudah memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam menggunakan suatu produk atau jasa, maka konsumen akan yakin memilih dan menggunakan produk atau jasa tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode kualitatif pada penelitian ini untuk menjelaskan realita yang terjadi yaitu perilaku konsumen dalam penggunaan jasa Bengkel Motor Tiga Putra yang dilakukan wawancara langsung dengan konsumen pengguna jasa Bengkel Motor Tiga Putra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Bengkel Motor Tiga Putra

Konsumen Bengkel Motor Tiga Putra menggunakan jasanya karena pelayanannya yang ramah, memiliki kredibilitas yang membuat konsumen merasa senang dan puas. Karena jika ingin menggunakan suatu jasa tertentu harus mengetahui jasa tersebut, atau berdasarkan rekomendasi. Hal ini juga menjadi saran bagi konsumen baru untuk dapat merasakan hal yang sama seperti konsumen yang lama.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan Jasa Bengkel Motor Tiga Putra :

1) Faktor kebudayaan

Setiap unit usaha memiliki kebudayaan untuk menyambut konsumen yang datang. Hal ini juga terjadi pada Bengkel Motor Tiga Putra yang memberikan sapaan, arahan, diskusi, dan evaluasi. Budaya seperti ini tentunya jika tidak diterapkan maka konsumen akan merasa tidak dihargai, sebaliknya jika dilakukan konsumen akan merasa lebih dihargai.

2) Faktor Sosial

Konsumen Bengkel Motor Tiga Putra banyak yang sudah menjadi pelanggan lama yang sebelumnya juga mengetahui dari teman kerja, selain itu Bengkel juga ramai pengunjung sehingga banyak orang juga yang ingin mencoba pelayanan di Bengkel Motor Tiga Putra, banyak dari konsumen Bengkel Motor Tiga Putra menggunakan jasa tersebut karena sebelumnya sudah merasa puas dengan pelayanannya Ketika masih bekerja di AHASS.

3) Faktor Kepribadian

Faktor kepribadian meliputi usia, pekerjaan, ekonomi dan gaya hidup. Pada faktor usia Bengkel Motor Tiga Putra memiliki banyak konsumen dengan usia yang sangat beragam. Faktor pekerjaan, ekonomi, gaya hidup juga beragam. Faktor Kepribadian dan

Konsep Diri banyak konsumen yang merasakan puas sampai dengan tindakan memberikan rekomendasi ke kerabatnya.

4) Faktor Psikologis

Faktor Psikologis meliputi motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan dan sikap. Faktor motivasi meliputi keinginan konsumen karena kebutuhan untuk merawat motor, service, ganti oli, ganti ban dll. Factor persepsi dari konsumen Bengkel Motor Tiga Putra karena sudah merasakan kepuasan dari pelayanan dari Bengkel, sehingga konsumen memiliki persepsi yang baik terhadap Bengkel seperti harga terjangkau, diskusi tentang masalah penggantian barang. Selain itu juga terdapat banyak jasa bengkel yang berdiri di Kota Padang, membuat setiap unit usaha harus memiliki keunikan dan keunggulan untuk membedakan dari yang lain. Pada Bengkel Motor Tiga Putra juga memiliki keunikan antar dan jemput motor konsumen. Dengan adanya keunggulan tersebut memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa Bengkel Motor Tiga Putra.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen meliputi factor kebudayaan, faktor sosial, faktor kepribadian dan faktor psikologis. Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa perilaku konsumen dalam menggunakan Jasa Bengkel Motor Tiga Putra :

1) Faktor Kebudayaan

Pelayanan yang ramah pada Bengkel Motor Tiga Putra dipengaruhi oleh faktor kebudayaan. Faktor kebudayaan yang ada di Bengkel Motor Tiga Putra meliputi cara berkomunikasi secara komunikatif dengan konsumen seperti berdiskusi, memberikan sapaan kepada konsumen, serta gaya bahasa yang digunakan juga menyesuaikan konsumen. Selain itu juga konsumen pada Bengkel Motor Tiga Putra menyukai kebiasaan kerja yang diterapkan yaitu setiap satu sepeda motor konsumen dikerjakan oleh satu montir, dengan waktu pengerjaan yang maksimal.

2) Faktor Sosial

Selain itu menurut konsumen Rizki dan Febri, mengetahui Bengkel Motor Tiga Putra dengan adanya informasi dari teman pemilik Bengkel Motor Tiga Putra di tempat kerjanya yang dahulu. Sedangkan menurut konsumen Wendi mengetahui Bengkel Motor Tiga Putra dari temannya. Hal ini juga merupakan faktor sosial sangat berpengaruh dalam perilaku konsumen.

3) Faktor Kepribadian

Faktor kepribadian dalam menggunakan jasa Bengkel Motor Tiga Putra digambarkan dengan usia, pekerjaan, gaya hidup, ekonomi, dan kepribadian dan sikap. Pada faktor ini para konsumen Bengkel Motor Tiga Putra dapat dinilai sangat beragam dari konsumen satu dengan konsumen yang lain. Namun faktor kepribadian dari konsumen Bengkel Motor Tiga Putra ini dapat disimpulkan bahwa menggunakan jasa Bengkel Motor Tiga Putra karena atas dasar percaya sehingga sikap yang ditunjukkan konsumen yaitu hingga saat ini masih menggunakan jasa Bengkel Motor Tiga Putra.

4) Faktor Psikologis

Motivasi pengguna Bengkel Motor Tiga Putra selalu dibutuhkan dari kepeduliannya dalam merawat motornya, dan didukung dengan rekomendasi atau review dari orang-orang sekelilingnya yang kemudian setelah mencoba menggunakan jasa tersebut merasakan kepuasan pelayanan yang diberikan Bengkel sehingga banyak konsumen Bengkel Motor Tiga Putra melakukan pengulangan penggunaan jasa Bengkel tersebut.

3. Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Bengkel Motor Tiga Putra

Perilaku konsumen ini sangat penting untuk diteliti karena dapat membantu unit usaha barang atau jasa untuk merancang strategi agar konsumen dapat menggunakannya

secara berulang-ulang. Tidak hanya itu, konsumen juga menilai pelayanan yang diberikan. Pelayanan merupakan salah satu hal penting dalam menunjang keberhasilan suatu usaha. Pada Bengkel Motor Tiga Putra, konsumen disambut dan dilayani dengan senang hati, tanpa membedakan konsumen. Pelayanan di Bengkel Motor Tiga Putra juga mengutamakan keputusan konsumen, selalu mengajak konsumen untuk berdiskusi, setelah pengerjaan selesai akan di konfirmasi dan evaluasi.

Perilaku konsumen pada Bengkel Motor Tiga Putra diteliti melalui konsumen yang sudah lama atau langganan karena tujuannya agar konsumen lama dapat menggunakan jasa Bengkel Motor Tiga Putra secara berulang ketika terjadi permasalahan pada sepeda motornya. Selain itu dengan adanya rekomendasi dari konsumen yang sudah langganan akan menjadikan konsumen baru untuk menggunakan jasa Bengkel Motor Tiga Putra. Pada penelitian perilaku konsumen di Bengkel Motor Tiga Putra ini konsumen memenuhi kebutuhannya untuk memperbaiki serta melakukan perawatan sepeda motor. Konsumen yang datang ke Bengkel Motor Tiga Putra memiliki masalah kebutuhan untuk memilih jasa bengkel mana yang akan dipakai untuk memperbaiki dan merawat sepeda motornya. Jika dilihat dari hasil wawancara, konsumen memakai jasa Bengkel Motor Tiga Putra untuk servis, ganti oli, dan melakukan perbaikan pada sepeda motor yang rusak.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan terkait penelitian ini didapatkan dua faktor yang paling mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan Bengkel Motor Tiga Putra yaitu faktor kebudayaan dan psikologis. Faktor kebudayaan menggambarkan pada Bengkel Motor Tiga Putra saat berkomunikasi dengan konsumen menggunakan bahasa yang sesuai dan tetap menghargai konsumen. Sedangkan faktor psikologis yang menjelaskan bahwa konsumen menggunakan jasa Bengkel Motor Tiga Putra karena telah percaya dengan hasil yang dikerjakan, hal ini konsumen menunjukkan sikap dengan menggunakan jasa Bengkel Motor Tiga Putra secara berulang. Penelitian Perilaku Konsumen sangat penting dilakukan karena dapat membantu suatu unit usaha barang atau jasa untuk merancang strategi agar konsumen dapat menggunakannya secara berulang-ulang.

Saran

Bengkel Motor Tiga Putra agar segera melakukan strategi pemasaran menggunakan teknologi. Hal ini juga akan memungkinkan bertambahnya jumlah konsumen yang akan menggunakan jasa Bengkel Motor Tiga Putra. Untuk peneliti yang selanjutnya diharapkan untuk memperluas penelitian seperti mengubah metodologi menjadi kuantitatif agar lebih terukur tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu usaha.

DAFTAR PUSAKA

- Aini, L. (2019). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Ojek Online Grab (Studi Kasus di Kelurahan Rembiga Kota Mataram). Etheses.
- Ayuningtyas, F. (2022). Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Komunikasi.
- Fahmi, I. (2016). Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi. Bandung: Alfabeta.
- Rakhmat, J. (2011). Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kusumo, S. (2013). Perencanaan Strategi Pemasaran Usaha Bengkel Baru (Studi Kasus Di Toko Inti Motor Ponorogo). Perpustakaan Universitas Surabaya. Retrieved from Perpustakaan Universitas Surabaya.
- Nurfatimah, E., Saputra, W. T., & Wahyuningratna, R. N. (2020). Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu AZA 6 Edisi Hari Merdeka. Jurnal PIKMA. Retrieved from Jurnal Pikma.
- Razak, M. (2016). Perilaku Konsumen. Sulawesi Selatan: Alauddin University Press.

- Sangadji, E. M., & Sopiah . (2018). Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.
- Schiffman, G. L., & Kanuk. (2006). Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh. Jakarta Barat: PT.INDEKS
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2020). Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumatera Barat: Mitra Cendekia Media
- Syahbuddin, A. (2018, Maret 27). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor (Studi Pada Masyarakat Petani Kopi di Desa Padang Cahya Kecamatan Balik Bukit Kabupaten Lampung Barat). Retrieved from repository.radenintan: <http://repository.radenintan.ac.id/4038/>
- Wijayanto, I., & Iriani, S. S. (2013). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN. Jurnal Ilmu Manajemen, 1.