

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, HARGA SERVICE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI BENGKEL MOTOR COMS

VALLEN GENNYSSIA CLAUDIA
FERY PANJAITAN
ZAMHARI

Management Program
STIE-IBEK Bangka Belitung
Pangkal Pinang, Indonesia
e.jurnal@stie-ibek.ac.id

Abstract - This research was entitled: “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga service Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bengkel Motor Coms”.

The purpose of this study was to determine the effect of direct marketing on purchasing decisions either simultaneously or partially. This research was conducted from January 2023 to June 2023.

The method used in this study is descriptive with a quantitative approach with the aim of finding the relationship between the independent variables (Service Quality, Location, Service Price.) and the dependent variable (Customer Satisfaction) using a statistical formula. While the statistical formula used to test the hypothesis of Multiple Linear Analysis. The sample in this study amounted to 94 people.

The results of the study prove that: (1) Service quality has an effect on Customer Satisfaction, t_{count} value is 2.704 greater than the t_{table} 1.98667. (2) Location does not affect Customer Satisfaction value of t_{count} -1523 is smaller than t_{table} 1.98667. (3) Service price has an effect on Customer Satisfaction, t_{count} value is 3.470 greater than the t_{table} 1.98667.

Keywords: Service quality, Location, Price service, Management Marketing.

I. PENDAHULUAN

Dimasa globalisasi seperti sekarang ini sangat mempengaruhi dunia bisnis, Dimana pihak perusahaan saling berlomba-lomba memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggannya Kendaraan roda dua sangat penting untuk saat ini. Kegiatan sehari-hari yang membuat kita harus sering keluar membuat kita membutuhkan sarana kendaraan yang cepat. Kepadatan aktivitas membuat kita harus berkendara dengan aman. Untuk itu kendaraan roda dua yang kita pakai wajib senantiasa dalam kondisi baik. Supaya kendaraan senantiasa dalam kondisi baik sehingga perlukan perawatan serta servis berkala.

Kemajuan Teknologi dan ilmu pengetahuan dapat meningkatkan kesadaran dan tuntutan masyarakat akan pelayanan yang memuaskan, termasuk dalam hal usaha bengkel ini. Dapat dilihat hampir disetiap jalan raya maupun wilayah perdesaan sudah menyediakan jasa bengkel. Dengan banyaknya usaha di bidang perbengkelan ini menimbulkan persaingan, Maka masing-masing bengkel berusaha untuk

meningkatkan jumlah konsumen serta mempertahankan konsumen dengan meningkatkan kepuasan konsumen.

Jasa layanan pada bengkel motor antara lain : servis, ganti oli, modifikasi mesin, setting mesin untuk motor balap, pergantian spare part dan aksesoris motor lainnya.

Menurut Arianto (2018), kualitas layanan dapat diartikan sebagai fokus pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan serta ketepatan waktu dalam memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhannya.

Peter dalam Nugroho (2012) berpendapat bahwa lokasi yang baik menjamin tersedianya akses cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Krisdayanto (2018) Harga adalah jumlah uang yang dibayarkan untuk jasa, atau nilai tukar untuk memperoleh manfaat dari menggunakan barang atau jasa. Harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana indikator tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa, dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Penetapan harga adalah satu-satunya strategi pemasaran terpenting yang menandakan saat transaksi antara pembeli dan penjual sedang berlangsung. Setiap kali harga ditetapkan pada produk apa pun oleh penjual atau pembeli, transaksi akan terjadi.

Menurut Ratnasari (2017) kepuasan konsumen adalah titik dimana seseorang menyatakan penilaian terhadap perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan.

Pada saat bersamaan juga Usaha Bengkel perlu memperhatikan konsumen yang merasa tidak puas. Alasan pelanggan memilih suatu bengkel karena adanya pelayanan yang memuaskan. Dengan membandingkan apa yang pelanggan mau dan pelanggan dapatkan disebut kepuasan pelanggan. Hal itu bisa di capai lewat pemberian layanan serta dorongan yang maksimal kepada pelanggan. Syarat yang wajib dipenuhi oleh sesuatu industri supaya bisa sukses dalam persaingan yakni berupaya menggapai tujuan untuk menghasilkan serta mempertahankan pelanggan. Bengkel

wajib mempunyai keahlian buat memahami konsumennya dan paham apa yang di butuhkan serta di impikan oleh konsumen supaya mereka bisa mendapatkan kepuasan. Salah satu jalur yang di tempuh oleh industri merupakan dengan metode tingkatkan kualitas pelayanan. Adapun Tujuan dari Penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di bengkel Motor Coms.
2. Untuk Mengetahui pengaruh Lokasi terhadap kepuasan pelanggan di bengkel motor coms
3. Untuk Mengetahui pengaruh harga servis terhadap kepuasan pelanggan di bengkel Motor Coms.

II. LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Menurut Kasmir (2017) Kualitas Pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan.

Lokasi

Menurut Heizer & Render (2015) lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi bagi perusahaan.

Harga

Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dipasangkan dengan barang dan jasa tertentu. Dengan kata lain, harga adalah jumlah yang bersedia dibayar konsumen untuk menerima sejumlah keuntungan dengan memiliki atau membeli barang dari pedagang.

Kepuasan Pelanggan

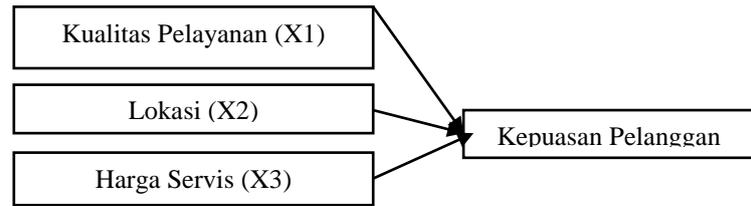
Menurut Kotler dan Keller (2012), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dialami konsumen setelah membandingkan hasil produk yang dirasakan dengan kinerja yang diharapkan.

Teori Kepuasan Pelanggan

Teori Asimilasi dan teori kontras mengasumsikan efek asimilasi (Efek asimilasi) atau efek kontras (Efek kontras) adalah fungsinya Tingkat kesenjangan antara kinerja yang diharapkan dan kinerja aktual. Jika gap besar, konsumen memperlebar gap tersebut, sehingga produk dianggap lebih baik atau lebih buruk daripada produk (mirip dengan teori kontras). Namun, jika celah tidak terlalu besar, teori asimilasi berlaku. Dengan kata lain, sebagai kisaran penyimpangan yang dapat diterima meningkat, kesenjangan antara harapan dan kinerja signifikan dan adalah tempat terjadinya efek kontras.

Kerangka Pemikiran

Gambar 1



Sumber: Data Hasil Olah Peneliti (2023)

Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka penulis mengajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di bengkel motor Coms.
- H2 : Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di bengkel motor Coms.
- H3 : Harga Servis berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di bengkel motor Coms.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan dari bulan Februari 2023 hingga bulan Mei 2023. Dalam penelitian ini, lokasi penelitian yang dipilih adalah Bengkel Motor Coms Jl.Gandaria I Pangkalpinang.

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tiga variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Servis, serta satu variabel dependen yaitu kualitas pelayanan.

Tabel 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan (Fitzsimmons dalam Zaenal dan Muhibudin,2015)	1 <i>Reliability</i> 2 <i>Tangibles</i> 3 <i>Responsiveness</i> 4 <i>Assurance</i> 5 <i>Empaty</i>	Skala Likert
Lokasi (Tjiptono, 2015)	1 <i>Akses</i> 2 <i>Visibilitas</i> 3 <i>Tempat parkir</i> 4 <i>Lingkungan</i> 5 <i>Kompetisi (lokasi pesaing)</i>	Skala Likert
Harga (Kotler dalam Krisdayanto,2018)	1 <i>Keterjangkuan Harga</i> 2 <i>Daya saing harga</i> 3 <i>Kewajaran harga dengan manfaat</i> 4 <i>Kesesuaian Harga dengan Kualitas Jasa</i>	Skala Likert
Kepuasan Pelanggan (Indrasari,2019)	1 <i>Kesesuaian harapan</i> 2 <i>Minat berkunjung kembali</i> 3 <i>Kesediaan merekomendasikan</i>	Skala Likert

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2023)

Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2021), adalah populasi wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini yaitu semua pelanggan dari bengkel motor Coms Pangkalpinang.

Sampel

Sampel adalah bagian dari subjek, peristiwa, atau topik secara keseluruhan yang ingin diteliti oleh penulis. Dalam penelitian ini, penulis mengambil jumlah populasi dan jumlah sampel adalah sama yaitu berjumlah 94 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Penulis dapat mengumpulkan data dengan menggunakan beberapa teknik yang dikenal dengan metode pengumpulan data. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi teknik wawancara, teknik kuesioner dan studi pustaka.

Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

a. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan dalam suatu penelitian untuk menentukan valid atau tidaknya suatu kuesioner, menurut Ghazali (2019). Kuesioner dianggap valid jika pernyataan atau pertanyaan yang dikandungnya dapat secara akurat mewakili variabel yang diukur.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Menurut Ghazali (2014), instrumen dikatakan *reliable* ketika nilai *Cronbach Alpha* > 0.60.

b. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Uji ini menurut Ghazali (2016) dilakukan untuk melihat apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel independen. Dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) untuk melihat apakah terjadi multikolinearitas. Tidak terjadi multikolinearitas jika nilai *tolerance* > atau sama dengan nilai VIF < dari 10.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah varian residual dari satu pengamatan berbeda dengan varian residual dari pengamatan lain dalam suatu model regresi.

Ketika varian satu pengamatan berbeda dengan varian pengamatan lainnya, maka terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

3. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah residual atau variabel pengganggu dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Jika distribusi data normal atau mendekati normal maka model regresi dianggap baik (Ghozali, 2018).

c. Analisis Deskriptif

Tujuan analisis deskriptif adalah untuk memperjelas gambaran yang diteliti.

d. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen

(bebas) terhadap variabel dependen (terikat) Ghazali, 2013. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + et$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

α = Konstanta

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Lokasi

X3 = Harga Servis

et = *Error Term*

2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi biasanya digunakan dengan tujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menguraikan varian variabel independen (Ghozali, 2013).

3. Uji Parsial (Uji T)

Untuk menguji sebagian hipotesis yang digunakan untuk menunjukkan pengaruh variabel independen (bebas) secara terpisah terhadap variabel dependen (terikat), biasanya digunakan uji regresi parsial atau uji t. (Ghozali, 2013). Kriteria pada uji T adalah:

- Nilai signifikansi ≤ 0.05 , maka H₀ ditolak dan H_a diterima.
- Nilai signifikansi > 0.05, maka H₀ diterima dan H_a ditolak.

4. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen atau bebas secara simultan mempengaruhi variabel dependen atau terikat, menurut Ghazali (2012). Kriteria pada uji F adalah:

- Nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka H₀ ditolak dan H_a diterima
- Nilai signifikansi > 0,05, H₀ diterima dan H_a ditolak

IV. PEMBAHASAN

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptives

	N	Mean	SD	SE
KP	94	12.585	1.432	0.148
K.Pel	94	21.372	2.238	0.231
L	94	21.309	2.258	0.233
H	94	16.511	1.882	0.194

Sumber : JASP, data diolah 2023.

Uji deskriptif menunjukkan hasil rerata Variabel Kepuasan Pelanggan mempunyai nilai rata-rata 12.585, Untuk Variabel Kualitas Pelayanan rerata 21.372, sedangkan nilai rata-rata variabel Lokasi 21.309, nilai rerata variabel Harga sebesar 16.511. Uji deskriptif menjelaskan bahwa standar deviasi dari variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 1.432, Variabel Kualitas pelayanan mempunyai standar deviasi sebesar 2.238, Variabel Lokasi mempunyai standar deviasi sebesar 2.258, Variabel Harga mempunyai standar deviasi 1.882.

Adapun standar error juga menjelaskan bahwa variabel kepuasan pelanggan memiliki standar error sebesar 0.148,

variabel Kualitas Pelayanan memiliki standar error sebesar 0.231, variabel Lokasi memiliki standar error sebesar 0.233, variabel Harga memiliki standar error sebesar 0.194.

Hasil Uji Validitas Data

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Data

Variabel	Nomor item pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	P1	0.786	0.2028	VALID
	P2	0.773	0.2028	VALID
	P3	0.813	0.2028	VALID
	P4	0.814	0.2028	VALID
	P5	0.273	0.2028	VALID
LOKASI (X2)	P1	0.802	0.2028	VALID
	P2	0.793	0.2028	VALID
	P3	0.819	0.2028	VALID
	P4	0.799	0.2028	VALID
	P5	0.363	0.2028	VALID
HARGA SERVICE (X3)	P1	0.786	0.2028	VALID
	P2	0.838	0.2028	VALID
	P3	0.831	0.2028	VALID
	P4	0.741	0.2028	VALID
KEPUASAN PELANGGAN (Y)	P1	0.851	0.2028	VALID
	P2	0.888	0.2028	VALID
	P3	0.843	0.2028	VALID

Sumber : JASP, data diolah 2023.

Dari hasil uji di atas diketahui nilai r-hitung berada dalam kisaran antara 0,273-0,888, sedangkan nilai r-tabel adalah 0,2028. Jadi dari hasil uji di atas nilai r-hitung > r-tabel atau r-hitung > 0.2732. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan baik variabel independen yang meliputi Kualitas Pelayanan (X1), Lokasi (X2), Harga Servis (X3), dan variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.744	Reliable
Lokasi (X2)	0.772	Reliable
Harga Service (X3)	0.791	Reliable
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.825	Reliable

Sumber : JASP, data diolah 2023.

Dari hasil uji di atas hasil nilai Cronbach Alpha Kualitas Pelayanan (X1) 0.744, Lokasi (X2) 0.772, Harga Servis (X3) 0.791, dan Kepuasan Pelanggan (Y) 0.825 sehingga nilai Cronbach Alpha > 0.6. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan baik variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini *reliable* atau handal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinearitas

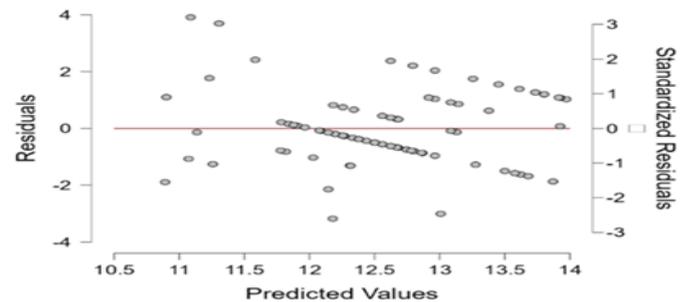
Variabel	Nilai Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.264	3.788	Tidak Terjadi
Lokasi (X2)	0.232	4.315	Tidak Terjadi
Harga Service (X3)	0.658	1.520	Tidak Terjadi

Sumber : JASP, data diolah 2023.

Dapat diketahui bahwa Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai tolerance 0.264 dan VIF 3.788, Lokasi (X2) memiliki nilai tolerance 0.232 dan VIF 4.315, Harga service (X3) memiliki nilai tolerance 0.658 dan VIF 1.520 sehingga nilai tolerance value > 0.10 dan nilai VIF < 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas jika nilai VIF < 10 Hasil perhitungan menghasilkan nilai dibawah angka 1 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi tersebut.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Grafik 1
Hasil Uji Heteroskedastisitas

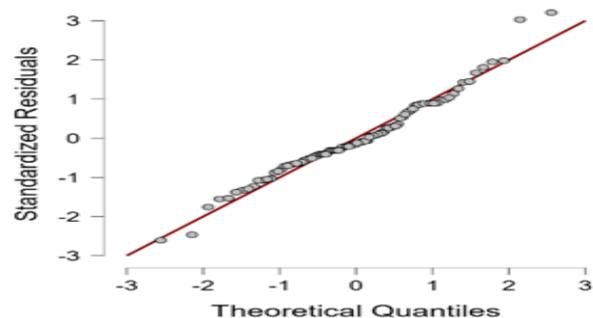


Sumber : JASP, data diolah 2023.

Bedasarkan gambar yang disajikan di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu dengan arah penyebarannya berada di atas dan di bawah angka 0 di sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Hasil Uji Normalitas

Grafik 2
Hasil Uji Normalitas



Sumber : JASP, data diolah 2023.

Berdasarkan gambar grafik *Q-Q Plot Standardized Residuals* yang disajikan pada gambar di atas, dapat dilihat bahwa data berupa titik menyebar serta mengikuti arah garis diagonal. Hal ini dapat diartikan bahwa data digunakan untuk hasil penelitian ini berdistribusi dengan normal.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients						
Model		Unstandardized	Standard Error	Standardized	t	p
H ₀	(Intercept)	12.585	0.148		85.183	< .001
H ₁	(Intercept)	5.139	1.374		3.741	< .001
	K.Pel	0.302	0.112	0.472	2.704	0.008
	L	-0.180	0.118	-0.284	-1.523	0.131
	H	0.292	0.084	0.384	3.470	< .001

Sumber : JASP, data diolah 2023.

Berdasarkan data hasil analisis regresi linear berganda yang disajikan pada tabel di atas, diperoleh persamaan model regresi sebagai berikut :

$$Y = 5.139 + 0.302X_1 - 0.180X_2 + 0.292X_3 + e$$

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary - KP								
Model	R	R ²	Adjusted R ²	R ² Change	F Change	df 1	df 2	p
H ₀	0.000	0.000		0.000		0	93	
H ₁	0.524	0.275		0.275	11.383	3	90	< .001

Sumber : JASP, data diolah 2023.

Model summary yang disajikan di atas diketahui nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0.275. Artinya terdapat hubungan yang sangat antara kualitas pelayanan, lokasi, dan harga service terhadap kepuasan pelanggan.

Diketahui dari tabel R² sebesar 0.275 artinya dapat mempengaruhi variable independent secara Bersama-sama sebesar 0.275 (27,5%) sisa nya (72,5%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Tabel 8
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients						
Model		Unstandardized	Standard Error	Standardized	t	p
H ₀	(Intercept)	12.585	0.148		85.183	< .001
H ₁	(Intercept)	5.139	1.374		3.741	< .001
	K.Pel	0.302	0.112	0.472	2.704	0.008
	L	-0.180	0.118	-0.284	-1.523	0.131
	H	0.292	0.084	0.384	3.470	< .001

Sumber : JASP, data diolah 2023.

Berdasarkan hasil perhitungan yang disajikan dalam tabel 5.10 di atas, Variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.008 lebih kecil dari 0.05 dan nilai *t*hitung 2.704 lebih besar daripada nilai *t*tabel 1.98667. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil perhitungan yang disajikan dalam tabel 5.10 di atas, variabel lokasi menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.131 lebih besar dari 0.05 dan nilai *t*hitung negative 1523 lebih besar daripada nilai *t*tabel 1.98667. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan bahwa Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil perhitungan yang disajikan dalam tabel 5.10 di atas, variabel Harga menunjukkan nilai signifikansi sebesar <.001 lebih besar dari 0.05 dan nilai *t*hitung 3.470 lebih besar daripada nilai *t*tabel 1.98667. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan bahwa Harga service berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga service berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel 9
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
H ₁	Regression	52.487	3	17.496	11.383	< .001
	Residual	138.332	90	1.537		
	Total	190.819	93			

Sumber : JASP, data diolah 2023.

Berdasarkan hasil perhitungan yang disajikan dalam tabel 5.11 di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0.001 lebih kecil dari 0.05 dan nilai *t*hitung 11.383 lebih besar dari pada nilai *t*tabel 2.71. Yang memiliki arti variabel Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga service secara beriringan memiliki pengaruh yang significant terhadap variabel Kepuasan Pelanggan di bengkel motor Coms.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan harga servis terhadap kepuasan pelanggan. Maka kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai variabel kualitas pelayanan yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.008 < dari 0.05 dan nilai *t*hitung 2.704 > nilai *t*tabel 1.98667.
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai variabel Lokasi yang nilai

signifikansi sebesar $0.131 > 0.05$ dan nilai thitung $-1523 <$ ttabel 1.98667 .

4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Harga Service berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai variabel Harga Service yang menunjukkan sebesar $<.001$ lebih besar dari 0.05 dan nilai thitung $3.470 >$ nilai ttabel 1.98667 .

[12] Kasmir. 2017. Customer Service Excellent. PT Raja Grafindo Persada. Depok.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak Bengkel Jika memungkinkan, pihak dari bengkel untuk melengkapi lagi spare part kendaraan dibengkel serta menambah pengetahuan kepada pegawai tentang otomotif agar pegawai dapat dengan cepat dan baik dalam mengidentifikasi masalah yang dialami pelanggan.
2. Bagi pihak Bengkel bersedia menyediakan fasilitas tunggu, memperlebar bangunan bengkel agar mempunyai tempat parkir yang luas, Serta mendaftarkan alamat bengkel di gogle maps agar mempermudah diakses oleh pelanggan.
3. Disarankan kepada pihak bengkel untuk menjelaskan tentang kerusakan kendaraan serta memberi tahu harga perbaikan kepada konsumen. Agar Konsumen bisa merasakan kualitas pelayanan yang di berikan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- [2] Kotler, Philip and Lane Keller. 2017. Marketing Manajement, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- [3] Sugiyono. 2021. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [4] Ghozali, 2014. *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP, Semarang
- [5] Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [6] Ghozali, I. (2018). “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*” Edisi Sembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- [7] Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [8] Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- [9] Arianto, N., Patilaya, E. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SALT n PEPPER PADA PT MITRA BUSANA SENTOSA BINTARO.
- [10] Heizer & Render, (2015). Manajemen Operasi: Manajemen. Keberlangsungan dan Rantai Pasokan. New Jersey: Pearson
- [11] Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandungan. *Journal of Management*, 4(4).