



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI BENGKEL KARISMA 2 MOTOR BANGKALAN
THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE AND LOCATION ON CUSTOMER
SATISFACTION AT KARISMA 2 MOTOR WORKSHOP BANGKALAN**

TAUFIQURROHMAN

Stkip Pgri Bangkalan

topitapi014@gmail.com

Abstrak

Saat ini dalam pemenuhan kebutuhan ekonomi banyak terjadi persaingan usaha. Salah satu bisnis dan usaha yang merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis Bengkel reparasi mobil dan motor. Sehingga diperlukan usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di bengkel karisma 2 motor bangkalan.

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu semua pelanggan bengkel karisma 2 motor bangkalan, dengan menggunakan teknik pengambilan sampel accidental sampling dengan sampel sebanyak 60 responden. Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner dan dokumentasi.

Hasil uji T menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan hal ini ditunjukkan dengan nilai $T_{hitung} 2,988 > T_{tabel} 2,003$ dan nilai signifikansi 0,004 yang maka H_0 ditolak dan H_a diterima, Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan hal ini ditunjukkan dengan nilai $T_{hitung} 6,866 > T_{tabel} 2,003$ dan nilai signifikansi 0,000 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan hal ini ditunjukkan dengan nilai $T_{hitung} 4,886 > T_{tabel} 2,003$ dan nilai signifikansi 0,000 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada uji F diperoleh $F_{hitung} 84,668 > F_{tabel} 2,77$, maka menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), dan lokasi (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Kepuasan Pelanggan

Abstract

Currently, in meeting economic needs, there is a lot of business competition. One of the businesses and businesses that feel the current tight competition is the car and motorcycle repair workshop business. So it takes effort to increase customer satisfaction. This study is to analyze the effect of service quality, price and location on customer satisfaction at the Karisma 2 Motor Workshop Bangkalan.

In this study using quantitative research. The population in this study were all customers of the Karisma 2 Motorcycle Workshop Bangkalan, using the accidental sampling technique with a sample of 60 respondents. Data collection techniques used in this study are questionnaires and documentation.

Based on the results of the T test, it shows that service quality has an effect on customer satisfaction, this is indicated by the value of $T_{count} 2,988 > T_{table} 2,003$ and a significance value of 0,004 which means H_0 is rejected and H_a is accepted. Price has an effect on customer satisfaction, this is indicated by the value of $T_{count} 6.866 > T_{table} 2.003$ and a significance value of 0.000 then H_0 is rejected and H_a is accepted. Location has an effect on customer satisfaction, this is indicated by the value of $T_{count} 4.886 > T_{table} 2.003$ and a significance value of 0.000, then H_0 is rejected and H_a is accepted. Meanwhile, the results of this study indicate that in the F test obtained $F_{count} 84,668 > F_{table} 2.77$, it shows that the quality of service (X_1), price (X_2), and location (X_3) have a simultaneous effect on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Price, Location, Customer Satisfaction



1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Saat ini dalam pemenuhan kebutuhan ekonomi banyak terjadi persaingan usaha. Oleh karena itu, pengusaha harus berlomba-lomba merancang strategi pemasaran yang kuat agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Dengan memahami keinginan, permintaan dan kebutuhan pelanggan maka akan memberikan masukan penting bagi pengelola usaha untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Faktor yang paling utama dalam perusahaan untuk memenangkan persaingan bisa dilakukan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Minat dalam menjalankan usaha saat ini sangat besar bahkan banyak sekali yang menjalankan usaha di dalam bidang yang sama, oleh karena itu kreatifitas dan inovasi perlu dikembangkan.

Kualitas pelayanan Menurut Menurut Suryana, (2013:202) kualitas Pelayanan merupakan tindakan atau cara yang dapat memenuhi yang diinginkan para konsumen. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Setelah konsumennya merasa puas dengan produk dan jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih maksimal dari kualitas pelayanan karena sekarang semakin disadari pelayanan merupakan aspek inti dalam bertahan memenangkan persaingan.

Harga sendiri menentukan jasa tersebut akan digunakan atau tidak, akan digunakan kembali atau tidak. penentuan harga yang sesuai dengan kualitas merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Menurut Tjiptono (2015:289) harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ke tiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Kemudian, pemilihan lokasi yakni merupakan salah satu faktor dari situasional yang ikut dan sangat berpengaruh pada keputusan pembelian. Lokasi menurut Suryana (2013:157) lokasi adalah salah satu hal aktifitas pemasaran yang akan mempengaruhi keputusan pembelian, dengan tempat yang juga strategis, nyaman dan efisien supaya menjadi peluang terhadap bisnis perusahaan itu sendiri.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk hasil terhadap ekspektasi mereka tindakan yang dilakukan pelanggan. Perasaan senang atau kecewa tersebut terbentuk di dalam diri pelanggan melalui kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan pelanggan yang dirasakan. Yang menjadi tujuan utama adalah kepuasan pelanggan bagaimana caranya konsumen mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan harapannya.

Rumusan Masalah

- a. Apakah kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara persial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di bengkel karisma 2 motor?.
- b. Apakah kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di bengkel karisma 2 motor?.

Tujuan Masalah

- a. Menganalisis apakah kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara persial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di bengkel karisma 2 motor
- b. Menganalisis apakah kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di bengkel karisma 2 motor

Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara teoritis
Penelitian ini di harapkan mampu menambah wawasan atau pengetahuan terhadap teori yang ada terkhusus dalam pembelajaran kewirusahaan dan manajemen bisnis.
2. Manfaat secara praktis
 - a. Bagi bengkel karisma 2 motor
Hasil penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan kepada pemilik bengkel karisma 2 motor dan memberikan perhatian dalam hal kualitas pelayanan, hargan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.
 - b. Bagi mahasiswa STKIP PGRI BANGKALAN
Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi perpustakaan STKIP PGRI BANGKALAN serta memberikan referensi bagi seluruh mahasiswa dan kalangan



akademisi maupun bagi penelitian selanjutnya yang ingin mempelajari masalah yang berhubungan dengan pemasaran khususnya kepuasan pelanggan.

c. Bagi peneliti

Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan menambah wawasan tentang kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan pelanggan. Selain itu untuk menambah pengetahuan di perguruan tinggi dan untuk persyaratan kelulusan saya menjadi sarjana.

2. Tinjauan Pustaka

A. Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan yaitu bermula dari kepuasan pelanggan itu sendiri, Seorang pelanggan akan merasa puas, apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya pelayanan yang baik tentunya akan meningkatkan kepuasan yang diterima dari produk yang telah terjual. Kualitas pelayanan Menurut Suryana (2013:202) kualitas Pelayanan merupakan strategi dan tujuan yang dilakukan perusahaan, yang kemudian secara integral dijadikan budaya dalam perusahaan.

Macem Macem Dimensi Kualitas Pelayanan

- a. Ketepatan (reability), yaitu rata rata kelalaian atau pengabaian
- b. Daya taha (durability), berapa lama barang dan jasa tersebut dapat dipakai atau bertahan
- c. Mudah digunakan (ease of use), barang dan jasa tersebut memberikan kemudahan untuk digunakan
- d. Nama merek yang terkenal dan di percaya (know and trusted brand name)
- e. Harga yang relatif rendah (low price)

B. Harga

Harga menurut Tjiptono (2015:289) harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ke tiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran).

1. Tujuan Pada Penetapan Harga

Tujuan ini disebut maksimisasi pendapatan. Dalam persaingan teknologi di seluruh dunia, situasi yang dihadapi semakin rumit dan semakin banyak variabel yang mempengaruhi daya saing setiap perusahaan, sehingga tidak mungkin bagi perusahaan untuk mengakui secara positif tahap pengisian. yang dapat menghasilkan sebagian besar pendapatan.

2. Tujuan untuk berorientasi pada volume

Selain tujuan yang berorientasi pada keuntungan, ada juga organisasi yang menetapkan biaya mereka terutama didasarkan sepenuhnya pada tujuan berorientasi kuantitas tertentu atau biasanya disebut tujuan penetapan harga kuantitas.

3. Tujuan untuk berorientasi pada citra

Foto organisasi dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga yang berlebihan untuk membuat atau menyimpan foto bergengsi. Sementara itu, biaya rendah dapat digunakan untuk membentuk foto nilai, misalnya melalui cara menawarkan jaminan bahwa biaya adalah biaya terendah di area tertentu.

4. Tujuan pada stabilisasi untuk harga

Motif stabilisasi dilakukan melalui cara menempatkan biaya untuk mempertahankan kencana yang solid antara biaya majikan dan biaya pemimpin perusahaan.

C. Lokasi

Menurut Suryana (2013:209) lokasi merupakan salah satu hal yang berpengaruh dalam mempengaruhi keputusan pembelian, dengan tempat yang strategis, nyaman dan efisien agar menjadi peluang bisnis perusahaan itu sendiri. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan bagi lokasi perusahaan bengkel karisma 2 motor itu sendiri.

Faktor – faktor lokasi

- a. Akses, yaitu lokasi yang mudah dijangkau dengan transportasi umum
- b. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat terlihat jelas dari jarak pandang normal.
- c. Tempat parkir yang luas nyaman dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.

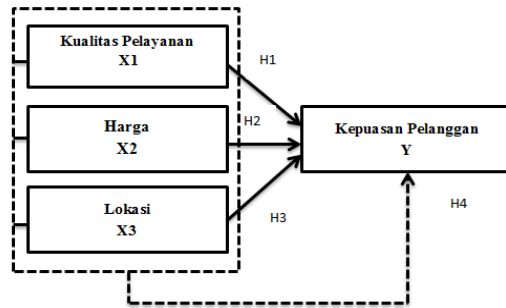


D. Kepuasan Pelanggan

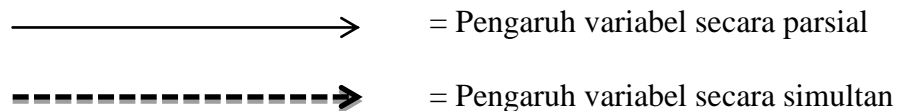
Menurut Tjiptono (2015:45) Kepuasan pelanggan yakni merupakan suatu elemen pokok dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern. Suatu persaingan dapat dimenangkan disini apabila suatu perusahaan disini mampu menciptakan dan mempertahankan keberadaan pelanggan. Disini kuncinya terletak pada kemampuan dalam memahami perilaku konsumen sasaran yakni secara komprehensif, kemudian dalam memanfaatkan pemahaman itu dalam merancang, mengkomunikasikan, dan menyampaikan program pemasaran tersebut secara lebih efektif dan tepat dibandingkan pada para pesaing.

Kerangka Konseptual

Berdasar Tujuan landasan teori dan penelitian yang relevan maka dapat disusun kerangka berfikir sebagai berikut :



Keterangan :



Hipotesis

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu seperti yang uraian diatas, maka hipotesis yang dikembangkan pada penelitian ini :

- H1: Diduga Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Karisma 2 Motor Bangkalan.
- H2: Diduga Harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Karisma 2 Motor Bangkalan.
- H3: Diduga Lokasi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Karisma 2 Motor Bangkalan.
- H4: Diduga Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Secara Simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Karisma 2 Motor Bangkalan.

3. Metode Penelitian

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Martono (2015:215) dalam Sudaryono (2018:92) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, yaitu sebuah metode yang bertujuan menggambarkan fenomena atau keadaan sosial yang ada di masyarakat saling berhubungan satu sama lain. Penelitian ini bersifat verifikasi dengan menggunakan data primer untuk menjawab pokok permasalahan dan menjabarkan tujuan penelitian yang nantinya diperoleh dari hasil kuesioner dan dokumentasi secara langsung kepada responden untuk memperoleh data utama penelitian dan melengkapi penjelasan-penjelasan akan penelitian. Alasan dipilihnya penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di bengkel karisma 2 motor bangkalan.

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan bengkel karisma 2 motor Desa Pamorah, Kecamatan Tragah, Kabupaten Bangkalan.

2. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang



ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penentuan penelitian ini, populasi penelitian adalah seluruh pelanggan Bengkel Karisma 2 Motor Bangkalan.

3. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi Sugiyono, (2015:118). Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode Nonprobability sampling dengan teknik pengambilan sampel yaitu sampling insidental/ accidental sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti di bengkel karisma 2 motor dapat digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini (Sudaryono,2015:157). Sampel yang akan digunakan sebanyak 60 responden dengan jangka waktu penyebaran angket sekitar empat hari.

4. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Suatu tes atau instrumen bisa dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut melakukan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai. Data dikatakan valid jika r hitung $>$ dari r tabel dan mempunyai nilai positif (Sudaryono, jika $r <$ hitung tabel maka pertanyaan tidak valid, 2017: 302).

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas bisa dilakukan secara internal maupun eksternal. Pengujian secara internal bisa dilakukan dengan cara menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu, sedangkan pengujian secara eksternal dilakukan dengan cara test-retest (stability), equivalent, atau gabungan dari keduanya (Sudaryono, 2017:322). Adapun kriteria dari uji reliabilitas adalah :

- 1) Apabila nilai Cronbach Alpha $>$ 0,60 maka instrument kuesioner dinyatakan reliabel.
- 2) Apabila nilai Cronbach Alpha $<$ 0,60 maka instrument tidak reliabel.

c. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2013:154) uji normalitas bertujuan untuk menguji data pada variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal atau tidak. Salah satu cara pengujian uji normalitas dapat dilihat dari grafik histogram atau normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal, suatu data pengujian dikatakan normal jika data menyebar disekitar garis diagonal. Suatu data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi $>$ 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal.

d. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi linear berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2. (Irianto 2012:193)

$$B. Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel Dependen (Kepuasan Pelanggan)

a : Konstanta

b₁ : Koefisien regresi Kualitas Pelayanan

b₂ : Koefisien Regresi Harga

b₃ : Koefisien Regresi Lokasi

X₁ : Variabel Kualitas Pelayanan

X₂ : Variabel Harga

X₃ : Variabel Lokasi

e : Error of term

e. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghazali (2013:171) koefisien determinasi digunakan untuk menguji seberapa jauh kemampuan model regresi menerangkan variabel dependen dan bertujuan untuk menentukan presentase total dalam variabel. Dari hasil uji koefisien determinasi ini dapat dilihat dari output model summary pada SPSS.23.



f. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah atas pertanyaan penelitian, maka dari itu hipotesis perlu diuji kebenarannya melalui data yang terkumpul, kemudian hipotesis dapat dinyatakan diterima atau ditolak (Sudaryono,2017:353). Dalam membuktikaaan kebenarannya hipotesis dapat dilakukan uji statistik , adapun uji statistinya yaitu sebagai berikut:

a. Uji T (ujin signifikan persial)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (terikat) secara individu (parsial) terhadap variabel dependen atau variabel bebas (Ghozali,2013:171). Hasil uji T dapat dilihat dari coefficients pada kolom sig (significance), dengan derajat kepercayaan 0.05 atau 5%. Apabila nilai signifikan lebih dari 0,05 (α) atau thitung < ttabel maka hipotesa tidak terbukti yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara varaibel bebas terhadap variabel terikat namun apabila nilai signifikan kurang dari 0,05 atau thitung > ttabel maka hipotesa terbukti yang berarti bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

b. Uji F (uji signifikan simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) seacara bersama-sama atau simultan (Ghozali,2013:171). Hasil uji F dapat dilihat di tabel ANNOVA dalam kolom sig (significance). Denga derajat kepercayaan 0,05 atau 5%. Dasar pengambilan keputusan dapat dilihat apabila nilai signifikan > α (0,05) atau fhitung < ftabel maka hipotesis tidak terbukti yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas dengan variabel terikat namun apabila nilai signifikan < 0,05 atau fhitung > ftabel maka hipotesis terbukti yang berarti ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

4. HASIL PENELITIAN DAN PMBAHASAN

a. Uji Validitas

Tabel 1
Uji Validitas

No	r hitung	r tabel	keterangan
1	0,383	0,255	Valid
2	0,343	0,255	Valid
3	0,746	0,255	Valid
4	0,469	0,255	Valid
5	0,652	0,255	Valid
6	0,577	0,255	Valid
7	0,565	0,255	Valid
8	0,695	0,255	Valid
9	0,652	0,255	Valid
10	0,261	0,255	Valid
11	0,794	0,255	Valid
12	0,752	0,255	Valid
13	0,705	0,255	Valid
14	0,536	0,255	Valid
15	0,621	0,255	Valid
16	0,643	0,255	Valid
17	0,715	0,255	Valid

Sumber : Output SPSS 23.0

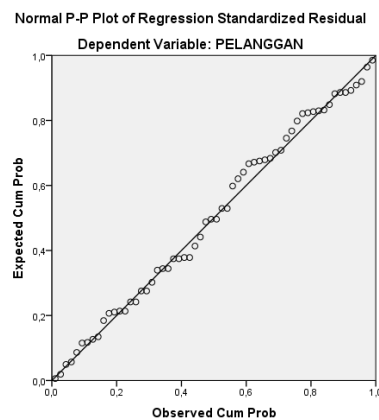
Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai r hitung > r tabel dengan demikian dapat disimpulkan bahwa item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan memenuhi syarat kesahihan.

b. Uji Reabilitas**Tabel 2**
Uji Reabilitas

<i>Reliability Statistics</i>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,826	,818	17

Sumber : Output SPSS 23.0

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa semua variabel dinyatakan reliabel hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai Cronbach's Alpha > 0,60 yang mana 0,818 > 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji reliabilitas pada semua variabel dinyatakan reliabel.

c. Uji Normalitas**Gambar 1**
Uji Normalitas

Sumber : Output SPSS 23.0

Berdasarkan gambar1 diatas menunjukkan bahwa data tersebut menyebar mendekati garis diagonal, maka dengan ini dapat disimpulkan bahwa data penelitian yang diteliti berdistribusi normal dan layak untuk di ujikan.

d. Uji Linier Berganda**Tabel 3**
Linier Berganda

Model	<i>Coefficients^a</i>		Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-6,247	1,833		-3,408	,001
PELAYANAN	,297	,099	,246	2,988	,004
HARGA	,620	,090	,437	6,866	,000
LOKASI	,779	,159	,418	4,886	,000

a. Dependent Variable: PELANGGAN

Sumber : Output SPSS 23.0

Interpretasi dari persamaan regresi diatas sebagai berikut:

- 1) Konstan (a) : -6,247 Ini menunjukkan tingkat konsanta, dimana jika variabel Kualitas pelayanan (X1), Harga (X2), dan Lokasi (X3) adalah 0, maka kepuasan pelanggan (Y) pengguna jasa bengkel karisma 2 motor Bangkalan akan tetap sebesar -6,247 dengan asumsi variabel lain tetap.
- 2) Koefisien = 0,297. Ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan, dengan kata lain jika variabel Kualitas Pelayanan ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan



pelanggan pengguna jasa bengkel karisma 2 motor Bangkalan akan meningkat sebesar 0,297.

- 3) Koefisien = 0,620 Ini menunjukkan bahwa variabel Harga (X2) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan, dengan kata lain jika variabel Harga ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan pengguna jasa bengkel karisma 2 motoe Bangkalan akan meningkat sebesar 0,620.
- 4) Koefisien = 0,779 Ini menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X3) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan, dengan kata lain jika variabel Fasilitas ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan pengguna jasa bengkel karisma 2 motor Bangkalan akan meningkat sebesar 0,779.

e. Uji Kofisien Determinasi

Tabel 4
Kofisien Determinasi

<i>Model Summary^b</i>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.905 ^a	.819	.810	.801

a. Predictors: (Constant), LOKASI, HARGA, PELAYANAN
 b. Dependent Variable: PELANGGAN
 Sumber : Output SPSS 23.0

Berdasarkan hasil output diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R2) yang diperoleh yaitu sebesar 0,810 atau sama dengan 81% yang berarti bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1), harga (X2), lokasi (X3) terhadap kepuasan pelanggan sebesar 81% dan sisanya 19% dipengaruhi oleh variabel lain.

f. Uji Hipotesis

Tabel 5
Hasil Uji T (Persial)

<i>Coefficients^a</i>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	-6,247	1,833		-3,408	,001
	PELAYANAN	,297	,099	,246	2,988	,004
	HARGA	,620	,090	,437	6,866	,000
	LOKASI	,779	,159	,418	4,886	,000

a. Dependent Variable: PELANGGAN
 Sumber : Output SPSS 23.0

Berdasarkan hasil uji T pada tabel diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) Berdasarkan hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan (X1) diperoleh nilai thitung sebesar 2,988 > ttabel 2,003 dengan nilai signifikansi sebesar 0,006 < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel karisma 2 motor.
- b) Berdasarkan hasil uji t pada variabel harga (X2) diperoleh nilai thitung sebesar 6,866 > ttabel 2,003 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel karisma 2 motor.
- c) Berdasarkan hasil uji t pada variabel lokasi (X3) diperoleh nilai thitung sebesar 4,886 > ttabel 2,003 dengan nilai signifikansi sebesar 0,008 < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel karisma 2 motor.



Tabel 6
UJI F (Simultan)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	162,834	3	54,278	84,668	,000 ^b
Residual	35,900	56	,641		
Total	198,733	59			

a. Dependent Variable: PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), LOKASI, HARGA, PELAYANAN

Sumber : Output SPSS 23.0

Hasil uji F dikatakan berpengaruh jika nilai Fhitung > dari Ftabel 2,77 sedangkan apabila nilai Fhitung < dari Ftabel < 2,77 maka uji F dikatakan tidak berpengaruh. Berdasarkan tabel 4 di atas, maka dapat dijelaskan bahwa nilai Fhitung 84,668 > Ftabel 2,77, H4 di terima hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikansi antara variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara bersamaan atau simultan terhadap kepuasan pelanggan di bengkel karisma 2 motor.

g. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Karisma 2 Motor

Berdasarkan hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan diperoleh thitung sebesar sebesar 2,988 > ttabel 2,003 dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel karisma 2 motor. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Faizah dkk (2020:125) dalam penelitian tentang “pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran o-mamia steak end ice cream cabang jati semarang” yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam dunia bisnis saat ini maka dari itu dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka pelanggan akan merasa puas dalam memenuhi kebutuhannya hal ini menunjukkan bahwa dengan tempat yang nyaman, karyawan yang memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap akan mempengaruhi pelanggan yang berkunjung. jadi dengan kualitas pelayanan yang baik yang diberikan oleh Bengkel karisma 2 motor maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Karisma 2 Motor

Berdasarkan hasil uji t pada variabel harga diperoleh thitung sebesar sebesar 6,866 > ttabel 2,003 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel karisma 2 motor. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Sinta dkk (2018:7) dalam penelitian tentang “pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi go-jek online pada mahasiswa FEB unsrat manado” yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga merupakan hal penting yang dapat mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian suatu barang dengan harga yang terjangkau dan dapat bersaing di dunia bisnis dapat meningkatkan tingkat penjualan sendiri pada bengkel karisma 2 motor.

3. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel karisma 2 motor

Berdasarkan hasil uji t pada variabel lokasi diperoleh nilai t hitung sebesar sebesar 4,886 > ttabel 2,014 dengan nilai signifikansi sebesar 0,008 < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel karisma 2 motor. Hasil penelitian ini di dukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Hendri Soekotjo (2017:18) tentang “pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan cafe



milkmoos” yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan lokasi yang baik menjamin akses yang cepat dan aman serta dekat dengan akses jalan tol suramadu maka dapat menarik sejumlah besar pelanggan, sehingga pelanggan dengan mudah untuk mengetahui lokasi pada bengkel karisma 2 motor.

4. Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel karisma 2 motor

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai Fhitung sebesar 84,668 dengan signifikansi 0,000. Maka signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar 2,77. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Firdiyansah (2017:8) yang menyatakan kualitas pelayanan, harga, lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kualitas pelayanan yang baik, harga yang terjangkau dan lokasi yang strategis maka akan mempengaruhi pelanggan untuk menggunakan jasa pada bengkel karisma 2 motor.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji T pada variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai thitung sebesar $2,988 > t_{tabel}$ 2,003 dengan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan bengkel karisma 2 motor.
2. Berdasarkan hasil uji T pada variabel harga diperoleh nilai thitung sebesar $6,866 > t_{tabel}$ 2,003 dengan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel karisma 2 motor.
3. Berdasarkan hasil uji T pada variabel lokasi diperoleh nilai thitung sebesar $4,886 > t_{tabel}$ 2,003 dengan nilai signifikansi sebesar $0,008 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel karisma 2 motor.
4. Berdasarkan hasil uji F nilai Fhitung sebesar 84,668 dengan signifikansi 0,000. Maka signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar 2,77. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel karisma 2 motor.

Saran

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pendapat atas hasil penelitian yang sudah dilakukan pada pemilik perusahaan bengkel karisma 2 motor untuk mengetahui kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kualitas pelayanan yang baik, harga yang terjangkau dan lokasi yang sangat strategis akan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian barang / jasa hal ini dapat di buktikan dari hasil uji kofisien determinasi yang di peroleh 0,819 atau sebesar 81,9% dipengaruhi variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi sedangkan sisanya 19,1% dipengaruhi variabel lain.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan dan acuan untuk peneliti selanjutnya dalam mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.



DAFTAR PUSTAKA

- AgusIrianto, 2012, Statistik: KonsepDasar, Aplikasi, dan Pengembangannya, cet.8, Jakarta: Kencana.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipata
- Faizah Rizqiyatul Nadia, dkk. 2013. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran O-Mamamia Steak And Ice Cream Cabang Jati Semarang. Diponegoro Journal Of Social And Politic.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi
- Firdiyansyah Indra. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi AnalisisMultivariate dengan Program IBM SPSS 21Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit UniversitasDiponegoro.
- Sintya Intan Lumintang, dkk. 2018. Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transporatasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa FEB UNSRAT Manado. Jurnal EMBA.
- Soetkojo Hendri, 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Milkmo. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen.
- Sudaryono. (2017). Metodologi Penelitian. Jakarta: Rajawali Press.
- Sudaryono. 2018. Metodologi Penelitian. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Suryana. 2013. Ekonomi Keatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang. Jakarta: Salemba Empat.
- Triasmawan & Miya Ramadhani. 2016. Kajian Kualitas Layanan, Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Pada Water Boom Niagara Ambulu Jember). Jurnal vol 20, No. 1, April 2016.

Biografi Penulis

Taufiqurrohman,

Penulis adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Bangkalan. Pendidikan terakhir penulis adalah SMAI Nurul Amanah Bangkalan. Lulus tahun 2017