

Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey pada Bengkel Berguna Motor di Kota Cimahi)

Dede Hertina*, Mochamad Hadidsyam Prawira Dirgasurya

Universitas Widyatama

*Correspondence: dede.hertina@widyatama.ac.id

ABSTRAK

Adanya uji teliti ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Konsumen pada Bengkel Berguna Motor di Kota Cimahi. Data yang terkumpul pada uji teliti ini berasal dari penyebaran angket dengan teknik *purposive sampling* diperoleh sampel sebanyak 60 responden. Penelitian ini memakai pengujian instrument data dengan uji validitas dan reliabilitas, Adapun pengujian hipotesis pada uji teliti ini yakni melakukan uji analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji parsial, dan uji simultan. Hasil uji teliti menunjukkan bahwa secara parsial atau berdasarkan uji parsial, variabel Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan secara signifikan memiliki pengaruh pada Kepuasan Konsumen. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan perolehan Fhitung sebesar $96,681 > Ftabel$ sebesar 2,76, dari hal tersebut menunjukkan bahwasanya ketiga independen variable yang terdiri dari Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayan memiliki pengaruh secara simultan pada Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci: Harga, Lokasi, Kualitas pelayanan, Kepuasan konsumen

ABSTRACT

The existence of this rigorous test is intended to determine the effect of the variables Price, Location, and Quality of Service on Consumer Satisfaction at Serviceable Motor Workshops in Cimahi City. The data collected in this rigorous test came from distributing a questionnaire using a purposive sampling technique. A sample of 60 respondents was obtained. This research uses data instrument testing with validity and reliability tests. The hypothesis testing in this thorough test is to test multiple linear regression analysis, test the coefficient of determination, t test (partial), and f test (simultaneous). The results of the thorough test show that partially or based on a partial test, the variables Price, Location, and Service Quality have a significant influence on Customer Satisfaction. Based on the results, the F test shows the acquisition of Fcount of $96.681 > Ftable$ of 2.76, from this it shows that the three independent variables consisting of Price, Location, and Service Quality have a simultaneous effect on Consumer Satisfaction.

Keywords: Price, Location, Quality of service, Customer satisfaction

PENDAHULUAN

Persaingan pada perusahaan saat ini sudah sangat sulit, ditambah dengan adanya dampak dari pandemi covid membuat perusahaan harus merancang dan dengan penetapan strategi agar dapat bersaing pada pihak usaha lainnya. Untuk menghadapi kondisi yang terjadi, perusahaan perlu memahami dan mendalami akan langkah seperti apa yang seharusnya dilakukan untuk dapat beradaptasi khususnya untuk dapat terus memenuhi kebutuhan Pelanggan. Hal ini dialami oleh semua seluruh usaha pada bidang otomotif. Pendapatan jasa Bengkel mengalami penurunan yang cukup drastis pada saat pandemi Covid-19, hal itu terjadi karena adanya pembatasan yang dilakukan sehingga mobilitas terhambat, hal itu mengakibatkan orang jarang melakukan perawatan kendaraan karena dari mulai pergantian spare part dan service perbaikan kerusakan karena kendaraan ada biaya Hal ini dirasakan juga oleh Bengkel- Bengkel yang berada di daerah Bandung dan sekitarnya khususnya pada Bengkel Berguna Motor yang berada di Kota Cimahi. Bengkel Berguna Motor adalah usaha pada bidang otomotif yang memberikan pelayanan perbaikan untuk kendaraan bermotor baik itu service, tune up, ganti oli,dll. Bengkel Berguna Motor telah berdiri sejak tahun 2001 yang pada awalnya bernama BG Motor. Bengkel ini juga tidak berfokus pada pelayanan perbaikan motor saja

tetapi Bengkel ini juga bisa menerima perakitan motor. Bengkel Berguna Motor ini memiliki total 4 karyawan dan 3 montir. Di zaman sekarang kendaraan khususnya motor adalah kebutuhan dalam membantu melakukan kegiatan sehari-hari baik itu kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Banyak orang-orang terutama di Indonesia lebih sering menggunakan kendaraan roda 2 daripada kendaraan roda 4 karena dengan situasi yang sering terjadi di kota-kota seperti macet menggunakan kendaraan roda 2 terkesan lebih fleksibel dan tidak memakan waktu terlalu banyak dan tentu lebih meminimalisir biaya baik dari harga motor itu sendiri maupun biaya perawatannya.

Bengkel Berguna Motor memiliki strategi tersendiri untuk menghadapi persaingan yang terjadi khususnya strategi pada harga yang ditetapkan. Dalam Krisdayanto (2018: Kotler dan Armstrong mengatakan: 3) Harga adalah banyaknya kas yang disalurkan pada administrasi, atau berapa jumlah yang klien perdagangkan guna memberikan keuntungan dari membeli atau memanfaatkan tenaga kerja dan produk. Adapun perbedaan Harga service CVT pada Bengkel Berguna Motor dengan Bengkel lainnya yaitu:

Tabel 1 Perbandingan Harga Service CVT

Nama Bengkel	Harga
Berguna Motor	Rp.35.000
Bengkel Resmi Honda	Rp.45.000
Bengkel Resmi Yamaha	Rp.75.000
Planet Ban	Rp.39.500

Hasil pengolahan data (2022)

Dari tabel tersebut dapat terlihat jika Bengkel Berguna Motor memiliki keunggulan dalam penetapan harga service CVT dibandingkan dengan Bengkel lainnya yang cenderung memiliki harga yang lebih mahal jika dibandingkan dengan harga pada Bengkel Berguna Motor. Selain itu, Bengkel Berguna Motor juga memiliki lokasi yang bisa dikatakan cukup strategis untuk mobilitas kendaraan bermotor. Maka dari itu, Bengkel Berguna Motor haruslah memiliki langkah dan strategi yang mumpuni agar tidak kalah saing dengan bengkel yang terletak pada posisi yang berdekatan.

Lokasi yang strategis dapat mempengaruhi peningkatan kualitas pelayanan terhadap Pelanggan, hal itu akan memberikan dampak berupa kepuasan yang dirasakan Pelanggan Bengkel Berguna Motor. Perhitungan keuntungan Bengkel Berguna Motor pada tahun 2022 yaitu

Tabel 2 Laporan Pendapatan Tahun 2022

BULAN	PENDAPATAN
JANUARI	153,947,500
FEBRUARI	120,964,480
MARET	140,365,100
APRIL	163,997,500
MEI	123,494,000
JUNI	154,418,000
JULI	171,622,000
AGUSTUS	160,855,000
SEPTEMBER	180,057,500
OKTOBER	159,430,500
NOVEMBER	142,822,500
DESEMBER	177,624,500

Hasil pengolahan data (2022)

Data di atas menyatakan bahwa pendapatan pada Bengkel Berguna Motor terus mengalami fluktuasi, Hal tersebut juga berbanding lurus dengan jumlah Pelanggan yang datang dan membayar jasa pada Bengkel Berguna Motor.

Dari semua permasalahan tersebut peneliti memutuskan untuk mencari fenomena tersebut dengan melakukan pra survey terhadap pelanggan/Pelanggan Bengkel Berguna Motor dengan jumlah 60 responden. Adapun data pra-survey tersebut adalah

Tabel 3 Pra-Survey Penelitian

Pertanyaan	SS	S	TS	STS
Pelanggan Bengkel Berguna Motor yakin dan puas menggunakan jasa yang telah diberikan	25	27	4	4
Pelanggan Bengkel Berguna Motor puas dengan produk yang diterima	23	31	3	3

Hasil pengolahan data (2022)

Hasil pra-survey tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 25 orang sangat setuju bahwa barang jual yang telah dipasarkan oleh Bengkel Berguna Motor memberikan kepuasan terhadap pelanggan, keterangan lain menunjukkan bahwa sebanyak 27 orang setuju dan sisanya menunjukkan keterangan “Tidak Setuju” dan “Sangat Tidak Setuju” bahwa barang jual yang diberikan oleh Bengkel Berguna Motor dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Adapun hasil hasil uji pra-survey dengan pertanyaan dan keterangan lain menunjukkan bahwa sebanyak 23 orang sangat setuju bahwa produk yang diterima oleh pelanggan dari Bengkel Berguna Motor dapat memberikan kepuasan, keterangan lainnya menunjukkan bahwa sebanyak 31 orang “Setuju” bahwa produk dari Bengkel Berguna Motor dapat memberikan kepuasan. Adapun hasil pra-survey menunjukkan bahwa rata-rata pelanggan Bengkel Berguna Motor merasa puas akan produk yang diberikan dan diterima.

Kepuasan Pelanggan

Pada dasarnya organisasi atau perusahaan yang memiliki strategi yang baik dalam melakukan kegiatan usahanya baik secara pelayanan, pemberdayaan sdm, maupun pemasarannya akan mendapatkan kepuasan dari Pelanggan. Dimana dalam hal ini, ketika suatu usaha sudah mendapatkan kepuasan dari Pelanggan maka usaha tersebut akan terus berkembang secara progresif dan memiliki produktivitas yang tinggi. Sesuai dengan Kotler dan Keller dalam Donni Juni Priansah (2017: p.196). seseorang akan merasa senang /kecewa setelah melakukan perbandingan dari produk yang diharapkan adalah apa yang merupakan kepuasan pelanggan. Pelanggan tidak puas ketika kinerja jauh dari harapan. Jika pameran memenuhi ekspektasi, klien terpenuhi. Ketika kinerja memenuhi atau melebihi harapan, klien sangat senang.

Dasar terciptanya kepuasan Pelanggan pada perusahaan diantaranya adalah adanya keterkaitan suatu variabel dengan variabel lainnya dan membuat variabel tersebut terdorong untuk memberikan pengaruh terhadap perusahaan untuk menciptakan kondisi dimana Pelanggan dapat puas dengan apa yang diberikan oleh perusahaan. Adapun variabel terkait yang dimaksud yaitu Harga, Lokasi, serta Kualitas Pelayanan, ketiga variable tersebut bersifat independen dan memiliki sangat memungkinkan untuk memiliki pengaruhnya masing-masing terhadap variable Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga, lokasi, dan kualitas layanan adalah tiga variabel independen yang dianalisis dalam uji teliti ini. Dalam Priansa (2017:209), menurut Tjiptono dan Candra menyatakan bahwa harga produk merupakan komponen inheren yang mencerminkan kualitas produk. Selain itu juga berperan penting dalam menentukan faktor lokasi, sebagaimana Buchari Alma (2013:105) memilih lokasi untuk usaha. Kesuksesan atau kegagalan bisnis di masa depan akan ditentukan oleh strategi yang tepat. Mengenai standar pelayanan, Kotler dan Keller (2016:143) “Kualitas merupakan perolehan dari produk guna menghasilkan kepuasan terhadap pembelinya”

Isnaini Sholikah, Unna Ria Safitri, dan A.Fidhdiarr Ariestanto (2020) menemukan bahwa variabel *Price*, *Location*, dan *Service Quality* memiliki dampak/pengaruh kepada variabel Kepuasan Konsumen, Chairudin Sofyan, Jantje L. Sepang, dan Sjendry Loindong (2019) menemukan bahwa variabel *Price*, *Location*, dan *Service Quality* tidak berpengaruh pada variable *Customer Satisfication*.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Amstrong dan Kotler dalam Krisdayanto (2018): 3) mengatakan jikalau harga suatu jasa merupakan biaya yang dibayarkan atau nilai tukar pelanggan atas apa yang diberikan suatu produk. Dalam Priansa (2017), menurut Tjiptono dan Candra: 209 menyatakan bahwa harga suatu produk mencerminkan kualitasnya dan merupakan komponen yang melekat.

Penilitan yang dilakukan oleh Kevin Simon (2016) dan Irma ayu (2016) berpendapat jika secara signifikan harga memiliki pengaruhnya kepada kepuasan Pelanggan. Berbeda dengan uji teliti

yang dipraktikkan oleh Nillasari, Suhardi M Anwar, dan Duriani (2020) dan Purnomo Edwin Setyo (2017) menyatakan bahwa variabel Harga secara parsial tidak ada pengaruhnya terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Fandy Tjiptono, sebagaimana dikemukakan dalam (2014: 92) “Lokasi adalah wilayah/zona operasi suatu usaha dalam melakukan kegiatannya untuk menghasilkan barang jual yang memperhatikan aspek ekonomi,” Berdasarkan Buchari Alma (2013: 105) Kesuksesan atau kegagalan akan ditentukan dengan pemilihan lokasi usaha yang sesuai.

Pengaruh Lokasi pada Kepuasan Pelanggan didukung pada uji teliti Taufiqurrohman (2021) lokasi memiliki pengaruh pada kepuasan pelanggan pada Bengkel karisma 2 motor. Adapun uji teliti lainnya terkait pengaruh lokasi terhadap kepuasan Pelanggan dilakukan oleh Ali Saba Al Ahmad (2018) dengan hasil bahwa mengatakan bahwa secara signifikan lokasi memiliki pengaruh pada Pelanggan Black Candy Barbershop Jember. Adapun uji teliti oleh Lina Sari Situmeang (2017) dan Andreas S. Manampiring, Willem J. A. F. Tumbuhan, Rudy S. Wenas (2016) berpendapat bahwa secara parsial lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Arianto berpendapat sebagaimana dikemukakan pada tahun (2018: 83) sifat kebutuhan yang didapat berdasarkan kualitas pelayanannya yang mungkin timbul, kepraktisan sebagai kebutuhan asumsi klien. Pelanggan menerima setiap dan semua layanan perusahaan di bawah payung Kualitas Layanan. Sesuai Kotler dan Keller (2016:143) “Kualitas merupakan perolehan dari produk guna menghasilkan kepuasan terhadap pembelinya”

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan didorong oleh uji teliti terdahulu Taufiqurrohman (2021) dan memperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh kepuasan Pelanggan Bengkel karisma 2 motor. Adapun uji teliti terdahulu lainnya adalah oleh Mokhammad Nizar Kharis (2017) dengan memperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif pada kepuasan Pelanggan. Adapun uji teliti yang dilakukan oleh Vinny Dwi Rahim Safavi, dan Hawignyo (2021) dan Abdul Gofur (2019) yang menyatakan jika Kualitas Pelayanan tidak ada pengaruhnya pada Kepuasan Pelanggan.

HIPOTESIS

H₁: Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh pada Kepuasan Pelanggan

H₂: Harga memiliki pengaruh pada Kepuasan Pelanggan

H₃: Lokasi memiliki pengaruh pada Kepuasan Pelanggan

H₄: Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh pada Kepuasan Pelanggan

METODE

Uji teliti ini menggunakan pendekatan asosiatif dengan metode uji teliti kuantitatif. Menurut V. Wiratna Sujarweni (2014:39) eksplorasi kuantitatif yakni suatu pemeriksaan yang menghasilkan pengungkapan yang tercapai (didapatkan) menggunakan metode faktual atau metode penilaian (estimasi) yang berbeda. Data peneliti ini merupakan pertanyaan yang disebarkan pada pelanggan Bengkel Berguna Motor. Data kuantitatif angka yang dapat dihitung adalah jenis data yang dikumpulkan, dan teknik analisis kuantitatif digunakan untuk mendeskripsikan data.

Sampel

Pada penentuan sampel peneliti menggunakan teori Sugiyono (2019:143) yang mengatakan jika sample ukur yang digunakan pada uji teliti adalah 30 hingga 500 sample, hal ini dilakukan karena populasinya pada penelitian ini tidak terukur.

Penentuan sampel yang dipilih adalah sebanyak 60 orang dari seluruh customer Bengkel Berguna Motor.

Kriteria Sample

Sample dengan kriteria pada penelitian ini dilakukan pada Bengkel Beguna Motor. Adapun kriteria sampelnya yaitu:

1. Sampel yang dipilih merupakan *customer* Bengkel Berguna Motor pada tahun 2022
2. Pelanggan yang dijadikan sebagai sampel rata-rata berusia 20 sampai 30 tahun
3. *Customer* yang dijadikan sebagai sampel tidak difokuskan terhadap 1 gender

HASIL

Hasil Uji Validitas

Jika koefisien r count $>$ r table, taraf signifikansi 5 persen, dan jumlah = 60 dengan perolehan r table 0,254 maka hasil pengujian dianggap valid. Hasil uji validitas adalah sebagai berikut:

Table 4. Uji Validitas

Variable.	Indicator	R count	R Table	Keterangan.
Harga	X _{1.1a}	0.940	0.254	V
	X _{1.2a}	0.964	0.254	V
	X _{1.3a}	0.908	0.254	V
Lokasi	X _{2.1b}	0.926	0.254	V
	X _{2.2b}	0.917	0.254	V
	X _{2.3b}	0.895	0.254	V
	X _{2.4b}	0.880	0.254	V
Kualitas Pelayanan	X _{3.1c}	0.928	0.254	V
	X _{3.2c}	0.923	0.254	V
	X _{3.3c}	0.961	0.254	V
	X _{3.4c}	0.915	0.254	V
	X _{3.5c}	0.901	0.254	V
Kepuasan Pelanggan	Y.1d	0.765	0.254	V
	Y.2d	0.795	0.254	V
	Y.3d	0.777	0.254	V
	Y.4d	0.701	0.254	V
	Y.5d	0.784	0.254	V

Karena r count $>$ dari r table, maka dimungkinkan untuk menegaskan jika seluruh pertanyaan mengenai variable Harga, Lokasi, Kualitas Layanan, serta Kepuasan Pelanggan dianggap valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji dapat dikatakan reliabel ketika mencapai angka minimal 0.60. Adapun olah data yang didapat adalah:

Table 5. Uji Reliabilitas.

Variable.	Cronbach's Alpha.	Koefisien.	Ket.
Harga (X ₁)	0,929	0.60	R
Lokasi (X ₂)	0,924	0.60	R
Kualitas Pelayanan (X ₃)	0,958	0.60	R
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,821	0.60	R

Dari tabel tersebut maka dapat disimpulkan jika seluruh item pada dinyatakan reliable dengan *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Table 6 Analisis Regresi Linear Berganda

Mode	Unstandardized B.	Coefficient Std. Error.	Standardized Coefficients Beta.	t.	Sig.
(Konstan)	2.493	.815		3.059	.003
Harga	.536	.155	.373	3.454	.001
Lokasi	.382	.130	.348	2.938	.005
Kualitas Pelayanan	.211	.075	.258	2.814	.007

Analisis di atas menghasilkan nilai 2,493, nilai 0,536, nilai 0,382, dan nilai 0,211,. Persamaan berikut dapat diturunkan dari hasil tersebut:

$$Y = 2.493 + 0,536 + 0,382 + 0,211$$

Dari hasil tersebut maka interpretasinya adalah:

1. Kepuasan Pelanggan tidak terpengaruh oleh variabel lain, seperti variabel Harga, Lokasi, atau Kualitas Layanan, dengan nilai 2,493 adalah konstanta.
2. β_1 memiliki nilai perolehan sebesar 0,536 yang memiliki pengaruh yang positif. Artinya, dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian, berarti untuk setiap kenaikan satuan variabel harga, kepuasan Pelanggan akan dipengaruhi sebesar 0,536.
3. β_2 memiliki nilai perolehan sebesar 0,382 yang memiliki pengaruh yang positif. Artinya, setiap kenaikan satu satuan variabel lokasi akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,382.
4. β_3 menunjukkan perolehan nilai sebesar 0,211, hal ini memperlihatkan pengaruh variabel Kualitas Pelayanan pada Loyalitas Konsumen, dan cenderung dapat diartikan bahwa untuk setiap 1 satuan perluasan wilayah akan mempengaruhi Loyalitas Konsumen sebesar 0,211, diharapkan faktor yang berbeda tidak dianalisis dalam ulasan atau uji teliti.

Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Table 7. Analisis Koefisien Determinasi.

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.916	.838	.830	1.286

Nilai koefisien R square (R²) bernilai 0,838 atau 83,8 persen, sesuai dengan temuan analisis koefisien determinasi yang telah disebutkan sebelumnya. Maka kesimpulannya adalah variabel Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Beguna Motor terpengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan sebesar 83,8%, sisanya sebesar 16,2% dari variabel lain.

Hasil Uji T (Parsial)

Table 8. Uji T (Parsial).

Mode	Unstandardized B	Coefficients Std. Error.	Standardized Coefficients Beta.	t.	Sig.
(Konstan)	2.493	.815		3.059	.003
Harga	.536	.155	.373	3.454	.001
Lokasi	.382	.130	.348	2.938	.005
Kualitas Pelayanan	.211	.075	.258	2.814	.007

Hasil Uji F (Simultan)

Table 9. Uji F (Simultan).

Model.	Sum of Squares.	Df.	Mean Square.	F.	Sig.
Regression.	479.922	3	159.974	96.681	.000 ^b
Residual	92.661	56	1.655		

Tingkat signifikansi Harga, Lokasi, serta Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Pelanggan yaitu $0,000 < 0,05$, sesuai dengan hasil Uji F (Simultan) di atas, dengan Fhitung sebesar 96,681 > Ftabel sebesar 2,76. Dari hal tersebut maka H₀ ditolak dan H₄ diterima yang menunjukkan bahwa Price (Harga) , Location (Lokasi), dan Quality of Service (Kualitas Pelayanan) secara signifikan memiliki pengaruhnya terhadap Customer Satisfaction (Kepuasan Pelanggan).

Pembahasan

Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Bengkel Berguna Motor

Berdasarkan hasil Uji F (Simultan), tingkat signifikansi pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Pelanggan adalah $0,000 < 0,05$, dengan Fhitung sebesar $96,681 > Ftabel$ sebesar 2,76. Dari hal tersebut maka H_0 ditolak dan H_4 diterima yang menunjukkan bahwa Price, Location, dan Quality of Service secara signifikan memiliki pengaruhnya pada Customer Satisfaction. Temuan uji teliti ini didukung dengan temuan Isnaini Sholikah, Unna Ria Safitri, dan A.Fidhdiar Ariestanto (2020) yang menyatakan bahwa variabel Price, Location, dan Service Quality berpengaruh terhadap variabel Customer Satisfaction secara simultan. Namun temuan penelitian ini tidak sejalan dengan pendapat Chairudin Sofyan, Jantje L. Sepang, dan Sjendry Loindong (2019) yang mengatakan bahwa harga, lokasi, dan kualitas pelayanan secara simultan tidak memiliki pengaruhnya pada kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Berguna Motor

Nilai t hitung $3,454 > 1,671$ menunjukkan bahwa nilai sig. harga pada kepuasan pelanggan adalah $0,001 < 0,05$. Dari hasil tersebut, H_0 ditolak dan H_1 diakui, dengan maksud bahwa terdapat pengaruh biaya yang sangat besar terhadap loyalitas konsumen. Temuan penelitian ini sejalan dengan temuan Kevin Simon (Jurnal manajemen dan start-up bisnis, Vol. 1 No. 3 Agustus 2016) dan Ayu Noeraini (Jurnal ilmu manajemen dan riset, Vol. 5 No. 5 Mei 2016), yang menyatakan bahwa variabel Harga secara parsial berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pembelian. Namun temuan penelitian ini tidak sejalan dengan Nillasari, Suhardi M Anwar, dan Duriani (2020) dan Purnomo Edwin Setyo yang mengatakan bahwa harga tidak memiliki pengaruh parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Bengkel Berguna Motor

Pada uji T memperoleh nilai t hitung $3,938 > 1,671$ menunjukkan secara signifikan lokasi memiliki pengaruh pada kepuasan pelanggan sebesar $0,005 < 0,05$. H_0 ditolak dan H_2 diterima dengan hasil tersebut, bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan penelitian ini sejalan dengan temuan Taufiqurrohman (2021) dan Ali Saba Al Ahmad (2018) yang menemukan bahwa secara parsial lokasi memiliki pengaruhnya pada variabel Kepuasan Pembelian. Namun temuan penelitian ini tidak sejalan dengan temuan Lina Sari Situmeang (2017), Andreas S. Manampiring, Willem J. A. F. Tumbuan, dan Rudy S. Wenas (2016) yang mengatakan bahwa secara parsial lokasi tidak memiliki pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Bengkel Berguna Motor

Hasil uji parsial memperlihatkan pengaruh signifikan variable Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Pelanggan adalah $0,007 < 0,05$, dengan nilai t hitung sebesar $2,814 > 1,671$. H_0 ditolak dan H_3 diterima dari hasil tersebut, yang menunjukkan bahwa secara signifikan Service Quality memiliki pengaruhnya terhadap Customer Satisfaction. Konsekuensi dari penelitian didukung oleh Taufiqurrohman (2021) dan Mokhammad Nizar Kharis (2017) yang mengatakan jika variabel Kualitas Bantuan agak mempengaruhi variabel Loyalitas Konsumen, namun efek samping dari uji teliti ini tidak sesuai dengan uji teliti yang dipimpin oleh Vinny Dwi Rahim Safavi, Hawignyo (2021) dan Abdul Gofur (2019) berpendapat jika variabel Kualitas Pendampingan memiliki pengaruhnya terhadap variabel Loyalitas Konsumen.

SIMPULAN

1. Harga memiliki pengaruh pada Kepuasan Pelanggan, dengan bukti uji parsial yang memperoleh nilai t hitung sebesar $3,454 > 1,671$.
2. Lokasi memiliki pengaruh pada Kepuasan Pelanggan, dengan nilai t count sebesar $3,938 > 1,671$.
3. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh pada Kepuasan Pelanggan, yaitu t count sebesar $2,814 > 1,671$.
4. Hasil uji menunjukkan bahwa ketiga variabel Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan secara simultan memiliki pengaruhnya pada Kepuasan Pelanggan, hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan dengan perolehan Fhitung sebesar $96,681 > Ftabel$ sebesar 2,76.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. 2012. Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba. Fakultas Ekonomi. Jurusan Manajemen Universitas Gunadarma, Jakarta.
- Al Ahmad, Ali Saba. (2018). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *Black Candy Barbershop* Jember. Skripsi. Universitas Jember.
- Amir Mahmud, 2013. *The effect of service quality and price on satisfaction and loyalty of customer. World Applied Sciences Journal*. Makasar: Universitas Muslim Indonesia Kampus II Jl. Urip Sumoharjo, Makassar
- Bailia, J. F., Supandi Soegoto, A., Serulo Loindong, S. R., Ekonomi dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. 2(3), 1768–1780.
- Fifyanita Ghanimata, Mustafa Kamal, 2012, Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Jurnal Manajemen Diponegoro* Vol 1, Nomor 2.
- Fure, H. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan manajemen Universitas Sam Ratulangi, Manado.
- Kharis, Mokhammad Nizar. (2017). 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*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Manoppo, Ferninda. (2013). Kualitas Pelayanan Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Gran Puri Manado. *Jurnal. Universitas Sam Ratulangi Manado* ISSN 2303-1174. *Jurnal EMBA* Vol. 1, No 14
- Nilasari, Eswika dan Istiatin. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo. *Jurnal. Universitas Islam Batik Surakarta. Jurnal Paradigma* Vol. 13, No. 01, ISSN 1693-0827
- Noeraini, Irma Ayu. (2016). Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Surabaya. *Jurnal. STIESIA Surabaya. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 5*.
- Rizki, Aliftia A. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Verifikasi Impor Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan PT Surveyor Indonesia (Persero). *Jurnal Aplikasi Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Vol 12, No 1, ISSN 1963-5241*
- Simon Gayasi Nimako, 2012. *Linking Service Quality, Satisfaction, and behavioral Intention. European Journal of Business and Management. Ghana: Department of Management Studies Education, University of Education, Winneba*.
- Simon, Kevin, Christina Whidya Utami, & Metta Padmalia. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Surya Nalendra Sejahtera Tours & Travel. *Jurnal. Universitas Ciputra Surabaya. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Volume 1, Nomor 3.
- Syarif Maulana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul Jakarta Jln Arjuna Utara No, A., & Jeruk Jakarta, K. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. In *TOI Jurnal Ekonomi* (Vol. 7, Issue 2).
- Taufiqurrohman. (2021). 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*. Skripsi. STKIP PGRI Bangkalan.
- Tjiptono, F. 2012. Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, Penerbit Andi Offset, Yogya *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Volume 4, Nomor 12, Desember 2015 *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk... - Anwar, Iful*
- Tjiptono, Fandy, (2014), *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy, (2015), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Wariki, G. M., Mananeke, L., Tawas Pengaruh Bauran Promosi, H., Marleen Wariki, G., Mananeke, L., Tawas, H., Ekonomi dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi, J. (1073). *The*

Dede Hertina dan Mochamad Hadidsyam Prawira Dirgasurya, Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey pada Bengkel Berguna Motor di Kota Cimahi)

Effect of The Promotional Mix, Price Perception And Location of The Purchasing Decision and Customer Satisfaction on Tamansari Metropolitan Housing Manado. Jurnal EMBA, 3(2), 1073–1085.