

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus pada Bengkel Mobil Eko Autocare di Sleman)

Dicky Kurniawan Pradata^{1*}, Endah Marendah Ratnaningtyas², RR. Putri Ana Nurani³

^{1,2}Universitas Mahakarya Asia Yogyakarta

³Universitas Proklamasi 45 Yogyakarta

Corresponding Author's e-mail : dickykpradata@gmail.com^{1*}, ratnaningtyas1999@gmail.com², putriana@up45.ac.id³

ARMADA
JURNAL PENELITIAN MULTIDISIPLIN

e-ISSN: 2964-2981

ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin

<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/armada>

Vol. 1, No. 3 March 2023

Page: 148-162

DOI:

<https://doi.org/10.55681/armada.v1i3.425>

Article History:

Received: March, 15 2023

Revised: March, 16 2023

Accepted: March, 22 2023

Abstract : Competition in today's business world is rife. Business leaders like the owners of the sleman auto repair crew. Eko autocare's auto shop is one of sleman's currently existing workshops. Eko autocare's auto shop should know of the factors affecting his customer's satisfaction. Eko autocare had to make some improvements and innovations that could increase customer satisfaction.

The purpose of this research is to analyze the impact of service quality, price and location on customer satisfaction at Eko Autocare Sleman auto repair shop. This kind of research is quantitative. The source of this research is the primary data derived from the sample of auto shop patrons Eko Autocare Sleman. Data collection was carried out using a purposive sampling by spreading to 100 respondents. The study uses multiple linear regression analysis methods.

The results of this study suggest that 1) quality services significantly affect customer satisfaction, 2) prices significantly affect customer satisfaction 3) locations significantly affect customer satisfaction and 4) service quality, and price and location significantly affect customer satisfaction. From the results of the linear regression analysis you obtained each of the coefficients of service quality variables (0.149), prices (0.161) and locations (0.249), All influence positive on customer satisfaction.

Keywords : Customer Satisfaction, Price, Service Quality

Abstrak : Persaingan di dunia bisnis saat ini semakin ketat. Hal ini juga dirasakan para pelaku bisnis di bidang jasa perbaikan mobil seperti pemilik-pemilik bengkel di Sleman. Bengkel mobil Eko Autocare adalah salah satu bengkel yang ada di Sleman saat ini. Bengkel mobil Eko Autocare harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya. Eko Autocare harus membuat beberapa perbaikan dan inovasi yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggannya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di bengkel mobil Eko Autocare Sleman. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Sumber data penelitian ini merupakan data primer yang berasal dari sampel yaitu para pelanggan bengkel mobil Eko Autocare Sleman. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan purposive sampling

dengan menyebar kepada 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, 2) Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan 3) Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan 4) Kualitas layanan, harga dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh koefisien masing-masing dari variabel kualitas layanan (0,029), harga (0,000) dan lokasi (0,001), semua berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Harga, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

PENDAHULUAN

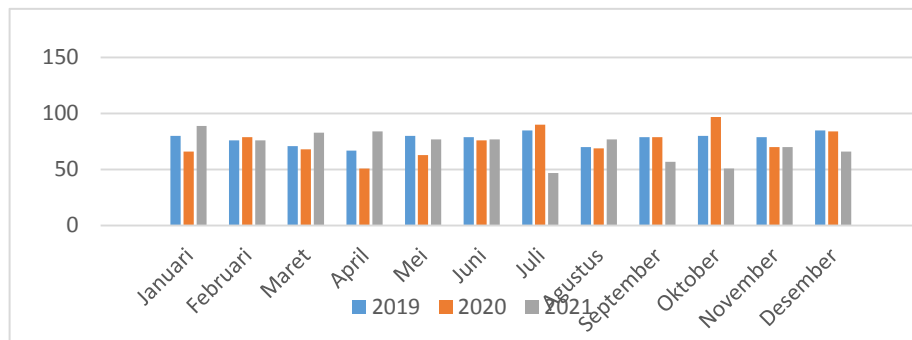
Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun public relations release. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing.

Menurut Alma, Buchori (2011:285) menyatakan bahwa kepuasan adalah fungsi dari *perceived performance* dan *expectation*. Jika produk atau jasa yang dibeli sesuai dengan harapan yang diharapkan oleh konsumen, maka akan mendapat kepuasan. Sebaliknya jika produk atau jasa yang dibeli tidak sesuai dengan harapan yang diharapkan oleh konsumen, maka akan timbul ketidakpuasan serta perasaan kecewa.

Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis bengkel mobil. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya bengkel-bengkel bermunculan di Kabupaten Sleman. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun beraneka macam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap bengkel. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola bengkel untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding bengkel-bengkel kompetitornya. Demikian juga halnya di bengkel Eko Autocare, dimana sebagai salah satu bengkel yang ada di Kabupaten Sleman, juga memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibanding pesaing yang ada.

Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah melakukan transaksi di bengkel mobil Eko Autocare Sleman. Adapun data jumlah pelanggan bengkel mobil Eko Autocare Sleman selama tiga tahun terakhir dapat dilihat pada grafik berikut ini:

Gambar 1
Grafik Data Jumlah Pelanggan Bengkel Mobil Eko autocare



Berdasarkan grafik di atas dapat terlihat bahwa jumlah pelanggan di bengkel mobil Eko Autocare Sleman mengalami penurunan dari tahun ketahun. Menurut jumlah pelanggan dari tahun ke tahun dan diterimanya data keluhan-keluhan dari pelanggan merupakan permasalahan yang dihadapi pihak bengkel mobil Eko Autocare Sleman. Perusahaan harus menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti kualitas pelayanan, harga dan lokasi agar diharapkan mampu meningkatkan penjualan perusahaan kembali.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat di ajukan sebuah penelitian dengan judul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Bengkel Mobil Eko Autocare Sleman)”.

Dari rumusan masalah di atas akan menimbulkan tujuan penelitian agar tidak kehilangan arah dalam melakukan penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di bengkel mobil Eko Autocare Sleman.
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di bengkel mobil Eko Autocare Sleman.
3. Menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan di bengkel mobil Eko Autocare Sleman.
4. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di bengkel mobil Eko Autocare Sleman.

Hipotesis dalam penelitian ini yang berkaitan dengan ada dan tidaknya pengaruh independen terhadap dependen. H_0 merupakan hipotesis yang menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan, sedangkan H_a adalah hipotesis penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan. Adapun perumusan hipotesis atas pengujian yang dilakukan disini adalah:

1. Hipotesis secara parsial dari masing-masing variable yang diteliti terhadap kepuasan pelanggan sebagai berikut:
 - a. $H_0 : \beta_1 = 0$ tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
 $H_a : \beta_1 \neq 0$ ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
 - b. $H_0 : \beta_2 = 0$ tidak ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan.
 $H_0 : \beta_2 \neq 0$ ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan.
 - c. $H_0 : \beta_3 = 0$ tidak ada pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap kepuasan pelanggan.
 $H_0 : \beta_3 \neq 0$ ada pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

2. Hipotesis pengaruh secara simultan (bersama-sama):
 - a. $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$ tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.
 - b. $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$ ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Pada penulisan skripsi ini yang dijadikan responden dalam penelitian adalah para pelanggan bengkel Eko Autocare Sleman. Penelitian dilaksanakan di bengkel Eko Autocare Sleman dengan memberikan kuesioner kepada para pelanggan.

Variabel penelitian dari penelitian yang akan diteliti adalah kepuasan pelanggan sebagai variabel independen (Y) dan kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) serta lokasi (X_3) sebagai variabel independen (X).

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah pelanggan di bengkel Eko Autocare Sleman. Pendekatan umum yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Pelanggan yang dimaksud disini adalah pengguna jasa yang telah menggunakan jasa di bengkel Eko Autocare Sleman. Sehingga semua populasi memperoleh peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Sugiyono (2011) menyarankan tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (kolerasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut maka peneliti menetapkan jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 sampel.

Jenis Dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2010:62), dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sehingga jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yakni:

1. Data Primer

Menurut Husein Umar (2013:42) data primer adalah: "Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Data primer yang ada dalam penelitian ini adalah data-data dari kuesioner.

2. Data Sekunder

Menurut Kuncoro (2009:145) menyatakan bahwa data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, peneliti dapat mencari sumber data ini melalui sumber data lain yang berkaitan dengan data yang ingin dicari. Data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan materi kajian yaitu kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan pelanggan.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, pengukuran variabel menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang

tentang fenomena sosial (Sugiyono,2011). Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang berupa kata-kata antara lain Sangat Setuju (5), Setuju (4), Ragu-ragu (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1).

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas ini dapat dilakukan dengan menggunakan korelasi antar skor tiap butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Setelah itu menentukan hipotesis, H_0 skor butir pertanyaan berkorelasi positif dengan total konstruk dan H_a skor butir pertanyaan tidak berkorelasi positif dengan skor total konstruk. Setelah mengajukan hipotesis kemudian uji dengan membandingkan r hitung (*tabel corrected item total correlation*) dengan r tabel (tabel product moment dengan signifikan 0,05) untuk *degree of freedom* ($df = n - k$). Suatu koesioner dikatakan valid apabila r hitung dan r tabel bernilai positif (Ghozali,2011).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliabel* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011).

Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*, suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Ghozali, 2011).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011). Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Uji normalitas data juga dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Untuk mempermudah dalam melakukan perhitungan secara statistik. Suatu data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai *Asymp Sig (2-tailed)* hasil perhitungan Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari $1/2\alpha$ atau 0,05 (Ghozali, 2011).

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel tidak *orthogonal*. Variabel *orthogonal* adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *Variance Inflation Factor* (*VIF*). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregresi terhadap variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *Tolerance* yang rendah sama dengan *VIF* tinggi (Karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya Multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \leq 10$.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas. Kebanyakan data crosssection mengandung situasi Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, besar). Salah satu cara mendeteksi ada atau tidaknya Heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residual RRESID. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi Heteroskedastisitas dan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas. Secara statistik juga dilakukan dengan uji *Glejser*, yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah jika tidak terjadi Heteroskedastisitas yaitu jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 atau disebut terjadi Homoskedastisitas, sedangkan jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

Uji Hipotesis

Uji t Hitung Dengan Uji Parsial

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).

Rumus uji t sebagai berikut:

$$t_{uji} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

keterangan:

t_{uji}	=	t hitung
r	=	koefisien korelasi
n	=	jumlah sampel
n-2	=	derajat kebebasan

Dalam pengujian hipotesis yang menggunakan uji dua pihak (*two tails*) ini berlaku ketentuan, bahwa bila harga t hitung berada pada daerah penerimaan H_0 atau terletak diantara harga tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian bila harga t hitung lebih kecil dari atau sama dengan (\leq) dari harga t tabel maka H_0 diterima. Harga t hitung adalah harga mutlak, jika tidak dilihat (+) atau (-) nya (Sugiyono, 2011).

Menurut Duwi Priyanto (2010), dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_1 = 0$

Jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima atau H_a ditolak, ini berarti menyatakan bahwa variabel independen atau bebas tidak mempunyai pengaruh secara individual terhadap variabel dependen atau terikat.

2. $H_0 : \beta_1 \neq 0$

Jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak atau H_a diterima, ini berarti menyatakan bahwa variabel independen atau bebas mempunyai pengaruh secara individual terhadap variabel dependen atau terikat.

Uji F_{hitung} (Uji Simultan)

Menurut Ghozali (2011), uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Salah satu cara melakukan uji F adalah

dengan membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Bila nilai F hitung besar daripada nilai F tabel, maka kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2011).

Rumus uji F:

$$F = \frac{R^2(N-m-1)}{m(1-R^2)}$$

Keterangan:

N = jumlah subjek

M = jumlah variabel prediktor

Menurut Duwi Priyanto (2010) dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. **H₀ : β₁, β₂, β₃ = 0**

Jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen dan moderasi antar variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. **H₀ : β₁, β₂, β₃ ≠ 0**

Jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti bahwa secara individual variabel independen dan moderasi antar variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk menentukan pengaruh dua atau lebih variabel dependen (variabel bebas) terhadap satu variabel independen (variabel terikat) atau untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional antara dua buah variabel bebas (X) atau lebih dengan sebuah variabel terikat (Y).

Penelitian ini menggunakan teknik Analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan program Statistical Product and Service Solution (SPSS). Variabel dependen adalah kepuasan pelanggan sedangkan variabel independen meliputi kualitas pelayanan, harga dan lokasi. Model regresi pada penelitian ini adalah:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = kepuasan pelanggan

a = konstanta

β₁, β₂, β₃ = koefisien regresi linier masing-masing variabel

X₁ = kualitas pelayanan

X₂ = harga

X₃ = lokasi

e = standar kesalahan

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen/terikat (loyalitas). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

Hasil Uji Validitas

Untuk mengukur validitas kuesioner yang diberikan kepada responden maka digunakan rumus korelasi Produk Moment. Teknik korelasinya memakai *Pearson Correlation*, dihitung dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 21. Item pertanyaan dinyatakan valid apabila memiliki r hitung $>$ r tabel (Ghozali, 2001). Hasil Uji Validitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel
Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X1.1	0.831	0.195	Valid
	X1.2	0.906	0.195	Valid
	X1.3	0.922	0.195	Valid
	X1.4	0.858	0.195	Valid
	X1.5	0.803	0.195	Valid
Harga	X2.1	0.809	0.195	Valid
	X2.2	0.852	0.195	Valid
	X2.3	0.848	0.195	Valid
	X2.4	0.869	0.195	Valid
	X2.5	0.784	0.195	Valid
Lokasi	X3.1	0.744	0.195	Valid
	X3.2	0.767	0.195	Valid
	X3.3	0.857	0.195	Valid
	X3.4	0.787	0.195	Valid
	X3.5	0.707	0.195	Valid
Kepuasan Pelanggan	Y1	0.869	0.195	Valid
	Y2	0.893	0.195	Valid
	Y3	0.909	0.195	Valid
	Y4	0.874	0.195	Valid
	Y5	0.885	0.195	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan besarnya nilai r hitung seluruh butir pertanyaan nilainya lebih besar dari r table 0,195. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir dinyatakan valid dan kuisioner dalam penelitian ini dapat digunakan untuk analisis selanjutnya yaitu regresi linier berganda.

Hasil Uji Reliabilitas

Teknik yang digunakan untuk mengukur konsistensi internal dalam penelitian ini dengan teknik Cronbach's alpha (Ghozali, 2001). Apabila nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih besar dari 0,6, maka kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan *reliabel*. Jika nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih kecil 0,6, maka kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan tidak *reliabel*. Hasil pengujian reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.915	0.6	Reliabel
Harga	0.887	0.6	Reliabel
Lokasi	0.829	0.6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.931	0.6	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach Alpha* seluruh variabel penelitian lebih besar dari 0,6. Dengan mengacu pada pendapat yang dikemukakan oleh Ghozali (2001), maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dipakai dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji heteroskedastitas, dan uji multikolinieritas

Uji Normalitas

Uji ini adalah untuk menguji apakah pengamatan berdistribusi secara normal atau tidak, uji ini menggunakan kolmogorov smirnov. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel
Uji Normalitas Secara Statistik

Unstandar_residual	Batas	Keterangan
0,135	0,05	Normal

Sumber: Data primer 2022

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui nilai *asympt.sig* sebesar $0,135 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas maka dapat dilihat dari nilai *Varians Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* (α).

Tabel
Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas pelayanan	0.611	1.638	Tidak terjadi multikolinieritas
Harga	0.617	1.620	Tidak terjadi multikolinieritas
Lokasi	0.771	1.297	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data primer, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance value* $> 0,10$ atau nilai $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Suatu asumsi penting dari model regresi linier klasik adalah bahwa gangguan (*disturbance*) yang muncul dalam regresi adalah homoskedastisitas, yaitu semua gangguan tadi mempunyai varian yang sama. Hasil uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar dan tabel berikut:

Tabel
Uji Heteroskedastisitas Secara Statistk

Variabel	Sig	Batas	Keterangan
Kualitas pelayanan	0,806	>0,05	Tidak terjadi heteroskedasitas
Harga	0,662	>0,05	Tidak terjadi heteroskedasitas
lokasi	0,761	>0,05	Tidak terjadi heteroskedasitas

Sumber: Data primer, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, dengan demikian variabel yang diajukan dalam penelitian tidak terjadi heterokedasitas

Uji Autokolerasi

Tabel
Uji Autokorelasi

DU	DW	(4-DU)	Keterangan
1,7364	1,803	2,2636	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Data primer, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai $Du < DW < (4-DU)$ atau $1,7364 < 1,803 < 2,2636$, dengan demikian variabel yang diajukan dalam penelitian tidak terjadi autokorelasi.

Uji Linearitas

Tabel
Uji Linearitas

Variabel	Sig.	Batas	Keterangan
Kualitas Pelayanan * Kepuasan Pelanggan	0.141	0.05	Liniearitas
Harga * Kepuasan Pelanggan	0.122	0.05	Liniearitas
Lokasi * Kepuasan Pelanggan	0.707	0.05	liniearitas

Sumber: Data primer, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, dengan demikian variabel yang diajukan dalam penelitian terjadi linearitas.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, dalam menganalisis regresi linear berganda penulis menggunakan seri program statistik SPSS. SPSS adalah suatu program software komputer yang digunakan untuk mengolah data baik parametrik maupun nonparametrik, seperti ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Varibel	B	beta	t hitung	Sig t	keterangan
Constant	-4.409				
Kualitas pelayanan	0.180	0.152	2.214	0.029	Signifikan
Harga	0.729	0.635	9.298	0.000	Signifikan
Lokasi	0.289	0.210	3.433	0.001	Signifikan

Variabel dependent: kepuasan pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel di atas perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = -4,409 + 0,180X_1 + 0,729X_2 + 0,289X_3$$

- Konstanta = -4,409
Artinya jika tidak ada variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi yang mempengaruhi, maka Kepuasan Pelanggan -4,409 satuan.
- $b_1 = 0,180$
Artinya jika variabel Kualitas Pelayanan meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Pelanggan akan menurun sebesar 0,336 dengan anggapan variabel bebas lain tetap.
- $b_2 = 0,729$
Artinya jika variabel Harga meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Pelanggan akan menurun sebesar 0,729 dengan anggapan variabel bebas lain tetap.
- $b_3 = 0,289$
Artinya jika variabel Lokasi meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Pelanggan akan menurun sebesar 0,289 dengan anggapan variabel bebas lain tetap.

Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji parsial t dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel independen dengan variabel dependen.

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,029 ($0,029 < 0,05$). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa "Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan".

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa "Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan".

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,001 ($0,001 < 0,05$). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa "Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan".

Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

Tabel
Nilai Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	468.255	3	156.085	83.830	.000 ^b
Residual	178.745	96	1.862		
Total	647.000	99			

- Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
 - Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Kualitas Pelayanan
- Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Dari hasil uji F pada tabel di atas diperoleh F hitung sebesar 83.830 dan probabilitas sebesar 0,000. Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan”.

Koefisien Determinasi (r square)

Tabel
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.851 ^a	.724	.715	1.365

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan analisis tabel di atas, menunjukkan besarnya koefisien determinasi (r^2 square) = 0,724, artinya variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 72,4% sisanya sebesar 27,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Pembahasan Hasil Statistik

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,029 ($0,029 < 0,05$). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan”.

Dengan adanya pelayanan yang baik, maka akan terciptalah kepuasan pelanggan. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diterima, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Kemudian apabila pelanggan benar-benar telah merasa terpuaskan dengan pelayanan, pelanggan akan melakukan pembelian ulang serta menceritakan kepada banyak orang bahwa perusahaan tersebut bagus dan bahkan bersedia untuk merekomendasikannya kepada orang lain.

2. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan”.

Untuk menentukan harga perlu adanya suatu kebijakan tertentu untuk menetapkan suatu harga. Kebijakan merupakan rencana dalam arti bahwa hal itu merupakan pernyataan yang membimbing dan menyalurkan pikiran dan tindakan dalam mengambil suatu keputusan. Kebijakan harga atau suatu nilai dapat mempengaruhi pola pikir manusia, mempertimbangkan aktifitasnya dengan menggunakan logika termasuk dalam mempertimbangkan kebutuhannya sebagai pelanggan suatu produk. Apabila pelanggan merasa harga yang dibayar dirasa cocok dengan kualitas barang atau jasa yang diterima maka akan menimbulkan rasa puas dalam diri pelanggan.

3. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,001 ($0,001 < 0,05$). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan”.

Suatu perusahaan selalu ingin mendapatkan nilai terbaik dari para pelanggannya karena dengan adanya kepercayaan pelanggan terhadap produk maupun jasa yang telah diberikan, sebuah perusahaan mendapatkan laba. Hal yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan dalam menjalankan suatu bisnis adalah memilih lokasi yang strategis, nyaman, mudah ditemukan, lokasi yang banyak dikunjungi oleh masyarakat, terhindar dari limbah dan jauh dari kebisingan.

4. Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Kualitas pelayanan, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan”.

Dengan kualitas pelayanan yang baik, harga yang terjangkau di kantong konsumen serta lokasi yang strategis dan mudah ditemukan serta di lingkungan yang nyaman secara simultan akan menimbulkan kepuasan terhadap pelanggan. Pelayanan konsumen ini sangat penting artinya bagi sebuah perusahaan, karena tanpa konsumen tidak akan terjadi transaksi diantar keduanya untuk itu kegiatan pelayanan perusahaan haruslah berorientasi pada kepuasan konsumen (Megawati, Mahludin Baruwadi, 2016), sementara lokasi menurut Tjiptono (2015: 345) mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Selain itu harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, karena berbagai alasan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,029 ($0,029 < 0,05$). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan”.
2. Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan”.
3. Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,001 ($0,001 < 0,05$). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan”.
4. Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Kualitas pelayanan, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan”.

Saran

Meskipun peneliti telah menyusun penelitian dengan sebaik-baiknya tetapi masih saja banyak kekurangan dalam penelitian ini dengan segala keterbatasannya. Berikut adalah berbagai saran yang diajukan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian:

1. Bagi bengkel mobil Eko Autocare Sleman
 - a. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan bengkel Eko Autocare. Demi tercapainya kepuasan pelanggan, perusahaan harus meningkatkan pelayanan agar

pelayanan yang diberikan dapat melebihi harapan dari pelanggan sehingga pelanggan akan merasa terpuaskan.

- b. Berdasarkan hasil penelitian diketahui harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bengkel mobil Eko Autocare. Oleh karena itu perusahaan harus menentukan harga yang masuk dalam jangkauan pelanggan sehingga menghindarkan pelanggan merasakan ketidakpuasan karena harga yang dianggap terlalu mahal.
- c. Berdasarkan penelitian dapat diketahui lokasi dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bengkel mobil Eko Autocare. Oleh karena itu perusahaan hendaknya memilih lokasi yang strategis serta mudah diakses serta memiliki lingkungan yang nyaman sehingga pelanggan mudah untuk mengakses layanan dari perusahaan.

2. Untuk peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan menjadi dasar penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Bagi pihak yang ingin meneliti lebih lanjut, dapat menggunakan atau menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti citra merek dan kepercayaan terhadap merek, bahwa masih banyaknya kekurangan dalam penelitian ini karena keterbatasan sumber yang membahas tentang variabel lain. Selain itu dapat juga memperluas jangkauan penelitian seperti mengambil objek-objek lain di bengkel sehingga penelitian dapat digeneralisir dan juga mampu mengidentifikasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan

DAFTAR PUSTAKA

- Fakhrudin, N. F. 2019. Pengaruh Lokasi Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Amsterdam, 2011
- Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2011
- Griffin, Jill. *Customer Loyalty How to Earn it, How to Keep it*. Kentucky:Mc.Graw Hill. 2002
- Griffin, Ricky W. *Management. 11th Edition*. South Western Cengage Learning. Ohio. 2013
- Hawkins Best dan Coney. (2001). *Customer Behavior : Building Marketing Strategy*. 8 th. Edition. New York: McGraw-Hill
- Helgesen, Oyvind. *Are Loyal Customers Profitable? Customer Satisfaction, Customer (Action) Loyalty and Customer Profitability at Individual Level*. *Jurnal of Marketing Management*. Vol. 22. Issue 3-4. 2006
- Ivan Muttaqin. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Asuransi Jasaraharja Putera Semarang, *Skripsi*. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Diponegoro
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kamus versi online/daring (dalam jaringan). <https://kbbi.web.id/layan>
- Kotler, Philip and Amstrong, Gerry. *Prinsiples of Marketing*. Pearson Prentice Hall. Ney Jersey. 2011
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. *Marketing Management. 14th Edition*. Prentice Hall New Jersey, 2012
- Kotler, Philip. *Marketing Management Millenium Edition*. Prentice Hall Boston. .2002
- Kumar, V. *The Missmanagement of Customer Loyalty*. Harvard Business Review. Boston. 2000
- Levy, Michael and Weitz Barton. *Retailing Management 6th Edition*. McGraw- Hill/Irwin. New York. 2007
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat. 2001
- Megawati, Mahludin Baruwadi, A. M. 2016. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada plaza amanda jaya kota gorontalo
- Rangkuti, Freddy, 2004. *Strategic Marketing Plan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Cetakan 13. Alfabeta. Bandung. 2011
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andy Offset. Yogyakarta. 2008

- Ratnaningtyas, E. M. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Kunjungan Wisatawan yang Berdampak pada Pengembangan UMKM Implikasinya pada Penciptaan Lapangan Kerja dan Penerimaan Daerah DKI Jakarta. *EBBANK*, 10(1), 69-84
- Ratnaningtyas, E. M. (2020). Dampak dan Strategi UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Menghadapi The “New Normal”. *EBBANK*, 11(1), 63-70.
- Warman, W., & Ratnaningtyas, E. M. (2022). Principal Managerial Competencies: Implications for Vocational Secondary Education. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 5(1), 3853-3864.