

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ahass Anugerah Disa Motor Sidoarjo

Oleh:

Bilda Istandi

Dr. Vera Firdaus, S.Psi., M.M

Progam Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

November , 2025



Pendahuluan



AHASS merupakan bengkel resmi motor yang menyediakan jasa pelayanan servis dan perawatan khusus sepeda motor honda serta menyediakan produk suku cadang dan pembelian produk spare part motor honda.

AHASS Anugerah Disa Motor Sidoarjo merupakan bengkel resmi yang menerima motor honda berada lokasi di kawasan perkotaan tepatnya di Ruko natura Square Blok FF 9 – 10 , Jln Raya Siwalanpanji buduran sidoarjo jawa timur , dekat dengan sekolahan dan perumahan.

Bengkel Honda Ahass Anugerah Disa Motor menyediakan tempat Nyaman dan strategis serta menyediakan free minuman untuk para Konsumen Ahass Anugerah Disa Motor Sidoarjo.

Kondisi ini menjadikan AHASS Anugerah Disa Motor Sidoarjo sebagai bengkel resmi Honda dengan pelanggan yang cukup tinggi dan di dukung dengan mekanik yang terlatih, cekatan dan terampil.

Fenomena

Fenomena yang terjadi di Ahas Anugerah Disa Motor Sidoarjo adalah promosi penjualan di dasarkan pada penelitian terdahulu Ahas Anugerah Disa Motor Sidoarjo sebagai berikut. Penjualan produk pada suku cadang dan spare part serta jasa servis, dalam jumlah minimum tertentu, di anggap belum efektif untuk memenuhi target yang diinginkan perusahaan. Alat promosi yang digunakan adalah potongan harga berupa (diskon) secara langsung berupa brosur dan broadcast whatsapp yang ditunjukan pada konsumen tetap yang sebelumnya pernah melakukan servis dan pembelian suku cadang pada Ahas Anugerah Disa Motor Sidoarjo agar dapat meningkatkan penjualan pada produk dan jasa servis

Rumusan Masalah dan Katagori SDGs

Rumusan masalah

Apakah Kualitas pelayanan, Harga dan Promosi berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ahass Anugerah Disa Motor Sidoarjo

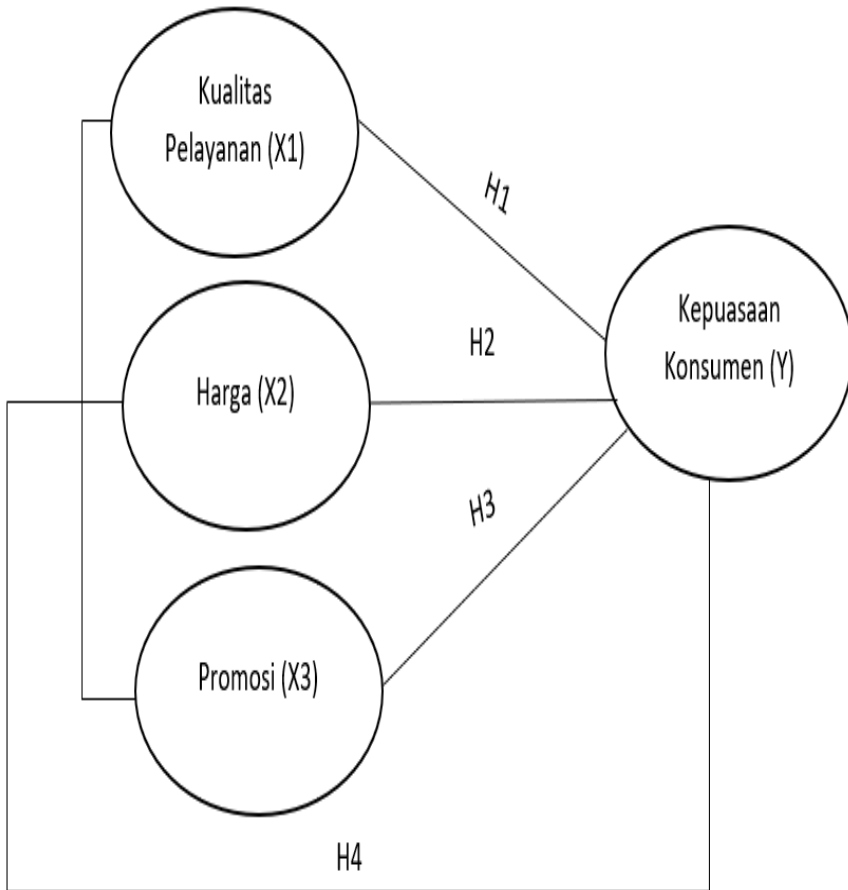
Pertanyaan penelitian

Apakah pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Ahass Anugerah Disa Motor Sidoarjo ?

Katagori SDGs

berdasarkan pendahuluan di atas maka penelitian ini termasuk dalam katagori SDGs 8 tentang “pertumbuhan ekonomi yang merata dan berkelanjutan tenaga kerja yang optimal dan produktif serta pekerjaan layak untuk semuanya.” <https://sdgs.un.org/goals>

Kerangka Konseptual dan Hipotesis



- H1 : kualitas pelayanan berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen pada Ahass Anugerah Disa Motor Sidoarjo
- H2 : harga berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen pada Ahass Anugerah Disa Motor Sidoarjo
- H3 : Promosi berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen pada Ahass Anugerah Disa Motor sidoarjo
- H4 : Kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Ahass Anugerah Disa Motor Sidoarjo

Metode Penelitian

penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer

Variabel bebas :
Kualitas Pelayanan (X1)
Harga (X2)
Promosi (X3)

Variabel Terikat
Kepuasan Konsumen (Y)

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling[7]. Dengan kriteria responden antara lain : konsumen yang melakukan servis dan pembelian suku cadang baik itu pelanggan tetap maupun pelanggan baru di Ahass Anugerah Disa Motor Sidoarjo.

Lokasi penelitian ini penelitian ini dilakukan pada bengkel Ahass Anugerah Disa Motor Sidoarjo, yang berlokasi di Ruko Natura Square Blok FF 9-10 Jalan raya Siwalanpanji Buduran Sidoarjo Jawa timur.

Populasi Berfokus Pada konsumen yang telah melakukan servis motornya serta pembelian produk suku cadang pada Ahass Anugerah Disa

Uji Hipotesis

Uji validitas dan reliabilitas

Untuk menghitung ketepatan pada instrumen penelitian ini dan mengukur sejauh mana kuesioner sebagai indikator dari suatu variable yang konsisten dan dapat di andalkan.

Uji hipotesis

Menggunakan metode kuantitatif melalui teknik purposive sampling dengan skala likert

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

Variabel	Jenis Kelamin	Responden	Presentase
Jenis kelamin	laki- laki	65	65%
	perempuan	35	35%
Usia	20-30	75	75%
	30-40	9	9%
	40-50	16	16%
	Pelajar	6	6%
pekerjaan	Mahasiswa	26	26%
	Pns	5	5%
	Wiraswasta	17	17%
	Karyawan Swasta	46	46%
	1 Kali	21	21%
Pembelian	2-4 Kali	58	58%
	>5	21	21%

Sumber: Data primer diolah, 2025

- Berdasarkan data pada tabel 1 bahwa karakteristik responden untuk laki laki sebanyak 65% atau 65 orang. Sedangkan perempuan sebanyak 35%. Atau 35 orang.
- Selain itu katagori usia dengan jumlah responden terbanyak ada pada usia 20 – 30 tahun yaitu 75 orang menghasilkan presentase 75%. sedangkan responden yang terkecil berusia 30 – 40 tahun yaitu 9 orang menghasilkan 9%. Hal ini berarti mayoritas responden memiliki usia pada masa produktif yaitu usia 20 – 30 tahun.
- Lalu data karakteristik pekerjaan diatas terlihat jika karyawan swasta lebih banyak dengan 46 % di bandingkan dengan pekerjaan pelajar dengan jumlah 6% dan pns dengan jumlah 5%.
- Kemudian jumlah pembelian dan servis di ahas dengan jumlah responden terbanyak 58% yaitu 2 – 4 kali melakukan pembelian dan servis di ahas sedangkan jumlah responden terendah sebanyak 21 % yaitu 1 kali dan responden lebih dari 5 kali yang melakukan pembelian dan servis di ahas.

Uji Reabilitas

Variabel	Cronbac'h Alpa	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,813	Reliabel
Harga (X2)	0,872	Reliabel
Promosi (X3)	0,788	Reliabel
Kepuasan konsumen (Y)	0,861	Reliabel

Sumber : Data primer diolah 2025

Pada penelitian ini responden berjumlah 100 maka R table yang di ketahui adalah 0,1946. Hasil uji validitas ini menunjukan bahwa semua item pertanyaan pada penelitian ini di anggap valid sebab item pertanyaan penelitian menunjukan r hitung lebih besar dari r table. ($r_{hitung} > r_{table}$)

Penelitian ini dapat dilihat jika cronbach's Alpha memiliki nilai di atas 0,60 ,sehingga dapat dikatakan reliabel dengan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,813 harga sebesar 0,872 promosi sebesar 0,788 dan kepuasan konsumen dalam penelitian ini 0,861. Dengan demikian semua variabel di atas dapat memenuhi kriteria reabilitas dengan baik.

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,35169867
Most Extreme Differences	Absolute	,086
	Positive	,059
	Negative	-,086
Test Statistic		,086
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^c

Sumber : Data primer diolah 2025



Diketahui bahwa uji normalitas tersebut dinyatakan terdistribusi secara normal dengan nilai sebesar $0,200 > 0,05$ selain itu untuk memastikan bahwa data terdistribusi normal menggunakan uji plot of regression.

Uji Linieritas

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
y * x1	Between Groups	(Combined)	695,394	15	46,360	7,331	,000
		Linearity	558,221	1	558,221	88,279	,000
		Deviation from Linearity	137,173	14	9,798	1,549	,112
	Within Groups		531,166	84	6,323		
	Total		1226,560	99			

nilai deviation from linierity memiliki nilai signifikansi 0,112 > dari 0,05. Dengan demikian dinyatakan variabel kualitas pelayanan (X1) model adalah linier.

Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	Kualitas Pelayanan	0.647	0.069	0.690	9.432	0.000
	Harga	0.650	0.071	0.679	9.154	0.000
	Promosi	0.667	0.080	0.643	8.314	0.000

•Tabel 10. Hasil Parsial (Uji T)
Sumber : Output SPSS data diola peneliti, 2025

Nilai t_{hitung} variabel Kualitas Pelayanan adalah 9,432 dan Nilai t_{tabel} adalah 1,984. $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,432 > 1,984$), Sehingga hipotesis nol (H_0) di tolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen memiliki pengaruh secara signifikan.

Nilai t_{hitung} variabel harga adalah 9,154 dan Nilai t_{tabel} adalah 1,984. $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,154 > 1,984$), Sehingga hipotesis nol (H_0) di tolak dan hipotesis alternatif (H_a) di terima.

Nilai t_{hitung} variabel promosi adalah 8,314. Nilai t_{tabel} adalah 1,984. $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,314 > 1,984$), Sehingga hipotesis nol (H_0) di tolak dan hipotesis alternatif (H_a) di terima.

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	737.881	3	245.960	49.308	0.000 ^b
	Residual	478.869	96	4.988		
	Total	1.216.750	99			

Berdasarkan tabel 11, terlihat bahwa pengujian yang menunjukkan nilai signifikan di lakukan untuk memahami pentingnya uji ini.dalam proses uji signifikasi di gunakan metode uji F. Dari hasil uji F, didapatkan bahwa nilai F yang di hitung sebesar 49.308 melebihi nilai F table sebesar 2,698 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan (H_0) ditolak atau (H_a) diterima yang berarti bahwa secara simultan variabel Kualitas pelayanan (X1), Harga (X2) dan Promosi (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Oleh karena itu, hipotesis dapat diterima

Uji R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	0.779 ^a	0.606	0.594	2.233

Berdasarkan analisis data yang terdapat pada tabel 12 di atas, di dapatkan nilai koefisien korelasi (R square) sebesar 0,606. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen mencapai 60,6 % sedangkan faktor faktor lain tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kesimpulan

Kualitas pelayanan secara persial terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Ahas Anugerah Disa Motor Sidoarjo

Harga secara persial terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Ahas Anugerah Disa Motor Sidoarjo

Promosi secara persial terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Ahas Anugerah Disa Motor Sidoarjo

Yang memiliki hubungan paling besar yaitu terdapat pada Kualitas pelayanan

Referensi

- [1] S. Murwanti, D. Anggrahini, and P. Pratiwi, *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG JASA SERVICE MOTOR DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Bengkel Motor Ahass Cabang UMS)*. 2017.
- [2] M. A. Najib, U. Muhammadiyah, J. Wahyu, E. Setianingsih, and J. N. Saidah, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (PADA BENGKEL AHAS CAHAYA MOTOR JAJAG BANYUWANGI),” *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, vol. 1, no. 11, pp. 2319–2328, Dec. 2022.
- [3] I. D. Astuti, S. Pawenang, and E. Kustiyah, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAAN NASABAH DI PT TASPEN (PERSERO) CABANG SURAKARTA,” Online, 2017.
- [4] A. Bintang Pratama, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. INDOMARCO PRISMATAMA CABANG KEMIRI RAYA KOTA TANGERANG SELATAN,” *Indonesia Journal of Economy, Business, Entrepreneurship And Finance*, vol. 2, no. 1, 2022, doi: 10.53067/ijebeef.
- [5] Sofyan Joel Faruk, Kristin Indriyani, and kustiawan unggul, “PENGARUH KEPUASAAN PELANGGAN, KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI DI SOSIAL MEDIA YANG DI MEDIASI OLEH KOMITMEN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TRAVELOKA,” *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, vol. 11, no. 02, p. 126, 2022.
- [6] Maulana Muhamaad Irvan Noor, “PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ARTFRESH,” *Jurnal Manajemen Dan Start Up Bisnis*, vol. 5, no. 6, pp. 512–513, 2021.
- [7] Handoko Bagus, “PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN PADA TITIPAN KILAT JNE MEDAN,” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, vol. 18, no. 01, pp. 61–72, 2017.
- [8] Sa’adah Lailatus and A. fajarul Munir, *kualitas layanan, harga, citra merek serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen*. 2020.
- [9] S. Rahayu and D. Syafe’i, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan,” *jesya*, vol. 5, no. 2, pp. 2192–2107, Jun. 2022, doi: 10.36778/jesya.v5i2.808.
- [10] A. Budiono, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN,” *Jurnal penelitian pendidikan Dan ekonomi*, vol. 17, no. 2, p. 2, 2020, doi: 10.25134/equi.v17i02.

Referensi

- M. Br Marbun, H. Ali, and F. Dwikoco, “PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN),” *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* , vol. 3, no. 2, 2022, doi: 10.38035/jmpis.v3i2.
- [12] S. Purwati and sukmanawati, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRAB,” Mar. 2022.
- [13] Hasibuan Ririn Marisca, Dr Harahap Fitriani, and Lubis Armansyah, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN DI CAFE VANILLA PANYABUNGAN,” *Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS)* , vol. 4, no. 3, pp. 175–182, 2021.
- [14] H. Armaniah, A. S. Marthanti, and F. Yusuf, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL AHASS HONDA TANGERANG,” 2019. [Online]. Available: <https://bmspeed7.com>
- [15] J. B. Santoso *et al.*, “PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN (STUDI PADA KONSUMEN GEPREK BENSU RAWAMANGUN),” 2019.
- [16] F. Napitupulu, “Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada pt. ramayana lestari sentosa,” *J A*, vol. 16, no. 1, pp. 1–9, 2019, [Online]. Available: <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>
- [17] N. wayan eka Yanti and I. made suasti Puja, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN DI PERCETAKAAN UD. WIPRA PRINT KARANGASEM,” 2021.
- [18] A. Fandi, “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA VARIO,” 2018.
- [19] F. E. Unisma, O. Satria, A. Pratamayudha, R. Arifin, M. Hufon, and P. Manajemen, “PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN PENGGUNA MOTOR HONDA BEAT,” 2021. [Online]. Available: www.fe.unisma.ac.id
- [20] A. B. Christono, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN,” vol. 8, no. 1, 2019.

Referensi

- Mataji, Santoso Sigit, and Santoso Rudy, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN PADA BENGKEL RESMI HONDA AHASS WEDUNG ASRI 1457 SIDOARJO,” vol. 04, 2024.
- [22] H. B. Wibisono and A. Achsa, “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN SERVIS KENDARAAN,” 2020.
- [23] P. Utari, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL GOWATA SAKTI MOTOR,” Jul. 2019.
- [24] F. Maharfian and Sujani, “Kepuasan Pelanggan MPM Motor Honda diukur melalui Kualitas Layanan, Harga, dan Fasilitas,” *JEBS (Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Sosial)*, vol. 2, no. 3, pp. 11–20, 2024.
- [25] W. Elverina, S. Kartikowati, and H. Syabrus, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen,” *JOM FKIP-UR*, vol. 6, no. 1, 2019.
- [26] Kurniansyah, E. Nurzainul, and E. Djoko, “pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Bengkel Ahass Motor Nganjuk,” Jul. 2023.
- [27] A. O. Saputra, W. Hidayat, and S. Listyorini, “Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan,” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 6, no. 1, doi: <https://doi.org/10.14710/jiab.2017.14550>.
- [28] P. N. Kencana and K. Kasdiyo, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Service Di Dealer Honda Wahana Ciputat,” *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, vol. 4, no. 1, pp. 26–37, Jun. 2020, doi: 10.33753/mandiri.v4i1.106.
- [29] V. Caroline and R. E. Setianingsih, “PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL AHASS WARAKAS JAKARTA UTARA.” [Online]. Available: <https://otomotif.antaranews.com>
- [30] Gofur Abdul, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan,” vol. 1, Feb. 2019.

Referensi

- [29] V. Caroline and R. E. Setianingsih, “PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL AHASS WARAKAS JAKARTA UTARA.” [Online]. Available: <https://otomotif.antaranews.com>
- [30] Gofur Abdul, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan,” vol. 1, Feb. 2019.
- [31] Mahfud, Mardiana, and Nurfitriani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Adi Service Samarinda,” *Jurnal Manajemen & Akuntansi*, vol. 10, no. 1, pp. 01–10, 2021, doi: <https://doi.org/10.31293/ekm.v10i1>.
- [32] F. Nashiha, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen,” pp. 1–16, 2022.
- [33] H. Junaidi and E. Sumiarni, “Pengaruh Promosi, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Yamaha PT. Thamrin Brother Babat Toman,” *Equivalent : Journal Of Economic, Accounting and Management*, vol. 3, no. 2, pp. 782–791, 2025, [Online]. Available: <http://jurnal.dokicti.org/index.php/equivalent/index>
- [34] E. Sustiyatik, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan,” *Jurnal Aplikasi Pelayaran dan Kepelabuhanan*, vol. 10, no. 2, p. 175, Dec. 2020, doi: 10.30649/japk.v10i2.84.
- [35] M. Aditya, L. Aziz Thohir, and S. Muryani, “Pengaruh Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel AMB PAINTING,” *Jurnal Media Akademik (JMA)*, vol. 3, no. 1, pp. 3031–5220, 2025, doi: 10.62281.
- [36] E. Haryana and E. Hulasoh, “Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mobil pada PT Satria Jaya Motor di Kota Tangerang,” *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, vol. 4, no. 1, pp. 1–13, 2024, doi: 10.32493/jism.v4i1.

