

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bengkel Rojo Utomo Motor Duran Karangpuri, Wonoayu

Oleh:

Muhammad Nur Habib Santoso

192010200273

MANAJEMEN

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Juni 2023

Pendahuluan

Pada era bisnis saat ini, transportasi mengalami kemajuan pesat. Pesatnya perkembangan kendaraan ini membuka peluang munculnya bengkel-bengkel servis. Dengan semakin ketatnya persaingan antar pengusaha bengkel, maka sudah menjadi keharusan bagi perusahaan untuk mendapatkan keunggulan bersaing agar dapat menerapkan pelayanan yang sempurna kepada pelanggannya dan mampu bersaing secara sehat dengan yang lain di bidang ini. Persaingan ini juga terjadi antar pelaku ekonomi yang bergerak di sektor perbengkelan. Konsumen mendapatkan keuntungan dari memiliki sejumlah besar bengkel mobil. Hal ini dikarenakan konsumen memiliki beragam pilihan bengkel yang tersedia sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya

Oleh karena itu dengan semakin pesatnya kendaraan maka akan semakin banyak orang yang membuka usaha perbengkelan, sama halnya yang terjadi pada bengkel rojo utomo motor duran, karangpuri, wonoayu dimana bengkel tersebut memiliki lokasi yang jauh dari jalan raya akan tetapi banyak sekali pelanggan atau konsumen yang mengetahui keberadaan lokasi bengkel tersebut. Bengkel rojo utomo motor merupakan bengkel yang banyak dipercaya karena pelayanan pemilik bengkel tersebut sangat ramah terhadap setiap pelanggannya.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Adapun rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, harga, terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Rojo Utomo Motor Duran, Karangpuri, Wonoayu

Literatur Riview

- **Kualitas pelayanan** merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima. Layanan tanpa cacat memiliki efek positif, tidak hanya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, tetapi juga membuat mereka lebih cenderung untuk membeli lagi dan, tentu saja, menghasilkan lebih banyak pendapatan.
- **Lokasi** adalah tempat berjalannya sebuah usaha. Lokasi menjadi salah satu faktor penting penunjang keberhasilan sebuah usaha, apabila terletak pada posisi strategis maka sebuah usaha dapat berjalan lebih baik daripada para pesaingnya.
- **Harga** adalah jumlah uang yang ditetapkan oleh perusahaan untuk menentukan suatu barang yang ingin dibeli oleh konsumen
- **Kepuasan pelanggan** adalah suatu perasaan yang didapatkan dari harapan atas pelayanan atau hasil yang didapatkan dari jasa atau produk dengan bentuk respon senang maupun ketidak senang yang mempresentasikan perasaan seorang konsumen atau pelanggan

Metode

- Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan jenis penelitian kuantitatif.
- Populasi yang digunakan yakni konsumen dari Bengkel Rojo Utomo Duran, Karangpuri, Wonoayu.
- Lokasi penelitian ini Bengkel Rojo Utomo Duran, Karangpuri, Wonoayu.
- Jenis data yang nantinya diperoleh dalam penelitian ini dilakukan melalui dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data primer dimana data diperoleh dari dari hasil jawaban kuesioner yang telah diberikan kepada pelanggan bengkel rojo utomo motor duran, karangpuri, wonoayu, kemudian sumber data yang diperoleh dari dari Data sekunder yaitu dari buku, jurnal penelitian dan penelitian terdahulu.
- Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu penyebaran kuisioner. Kuesioner atau angket berisi mengenai pertanyaan dalam bentuk tulisan yang diajukan kepada responden, angket yang digunakan menggunakan skala likert menggunakan skala likert dengan lima skala yang terdiri dari 1 (Sangat tidak setuju), 2 (Tidak Setuju), 3 (Cukup Setuju), 4 (Setuju), 5 (Sangat Setuju).
- Teknis analisis data yang digunakan peneliti adalah uji instrumen, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis berupa uji T dan Uji F.

Hipotesis Penelitian

- H1 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan..
- H2 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari lokasi terhadap kepuasan pelanggan.
- H3 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari harga terhadap kepuasan pelanggan.
- H4 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan, lokasi, dan harga terhadap kepuasan pelanggan

Uji Validitas

Hasil disamping menunjukkan uji validitas setiap item pernyataan mendapatkan nilai signifikan ($<0,03$), dan bisa diakui bahwa setiap item valid.

Variabel	Item	R Hitung	Corelate	Keterangan
X1 Kualitas Pelayanan	X1.1	,702	0.3	Valid
	X1.2	,770	0.3	Valid
	X1.3	,662	0.3	Valid
	X1.4	,587	0.3	Valid
	X1.5	,548	0,3	Valid
X2 Lokasi	X2.1	,642	0.3	Valid
	X2.2	,588	0.3	Valid
	X2.3	,697	0.3	Valid
	X2.4	,680	0,3	Valid
	X2.5	,584	0,3	Valid
X3 Harga	X3.1	,769	0.3	Valid
	X3.2	,751	0.3	Valid
	X3.3	,848	0.3	Valid
	X3.4	,669	0,3	Valid
Y1 Kepuasan Pelanggan	Y.1	,693	0.3	Valid
	Y.2	,766	0.3	Valid
	Y.3	,737	0.3	Valid

Uji Reabilitas

- Dari tabel 2 didapatkan nilai reliabilitas alpha cronbach pada variabel X_1 sebanyak 0,756, variabel X_2 0,674, variabel X_3 0,643 juga variabel Y 0,764 dan dapat disimpulkan lebih dari 0,6 maka kesimpulannya adalah kuesioner yang dipakai dalam analisis ini benar-benar reliabel.

VARIABEL	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan X1	0,756	0.6	Reliabel
Lokasi X2	0,674		Reliabel
Harga X3	0,643		Reliabel
Kepuasan Pelanggan Y	0,764		Reliabel

Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas

Tabel uji normalitas diatas diperoleh perhitungan sejumlah 0,078 dan lebih besar dari 0,05, artinya data yang dipakai untuk penelitian ini berdistribusi normal dan dapat dikatakan memenuhi syarat untuk dianalisis.

- Uji Multikolinieritas

Dari table disamping membuktikan nilai VIF dari variabel X_1 ialah 1.182 ($1.182 < 10$), variabel X_2 1.561 ($1.561 < 10$) dan variabel X_3 1.749 ($1.749 < 10$) hingga bisa diterangkan bahwa regresi linier berganda bebas dari multikolinieritas

- Uji Autokorelasi

Dari tabel disamping diketahui nilai DW (Durbin- Watson) sebesar 1,773 Berdasarkan perhitungan diatas, diketahui bahwa nilai Durbin-Watson 1,773 berada diantara nilai dL sebesar 1,6039 dan nilai 4-dU sebesar 2.3961, ada tidaknya nilai korelasi dapa diihat dari rumus $dL < DW < 4 - dU$ sehingga $1,6039 < 1,773 < 2,3961$ sehingga dapat

Unstandardized Residual

N	96
Test Statistic	,086
Asymp. Sig. (2-tailed)	,078

Model	. Collinearity Statistic Tolerance	VIF
Constant		
Kualitas Pelayanan X1	0.846	1.182
Lokasi X2	0.641	1.561
Harga X3	0.572	1.749

Durbin-Watson

1.773

Uji Heteroskedasitas dan Uji Regresi Linier Berganda

- Uji Heteroskedasitas

Melihat dari gambar Scatterplot diatas didapati bahwa plot memiliki pola yang tidak jelas dan titik-titik pada gambar memencardariatas maupun dari bawah diangka 0 dari sumbu Y, kesimpulannya analisis tidak terjadi heterokedastisitas

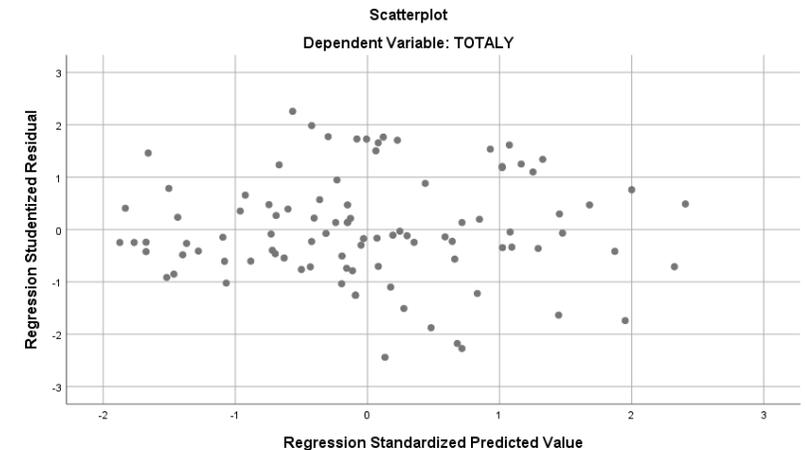
- Uji Regresi Linier Berganda

Hasil penelitian diperoleh model regresi sebagai berikut :

$$Y = 2,410 + 0,203X_1 + 0,127X_2 + 0,190X_3 + e.$$

Dari hasil persamaan diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai koefisien Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0.203, artinya bahwa setiap penambahan satu-satuan Kualitas Pelayanan (X_1) akan mengakibatkan meningkatnya nilai Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.203
- b. Nilai koefisien Lokasi (X_2) sebesar 0.127, artinya bahwa setiap kenaikan atau penambahan satu-satuan Lokasi (X_2) akan mengakibatkan meningkatnya nilai Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.127.
- c. Nilai koefisien Harga (X_3) sebesar 0.190, artinya bahwa setiap penambahan satu-satuan Harga (X_3) akan mengakibatkan meningkatnya nilai Keputusan Pelanggan (Y) sebesar 0.190



Model	Unsatandard ized Coefficient	Satandardized Coefficient	
	B	Std.Error	Beta
(Constant)	2,410	1.203	
Kualitas Pelayanan X1	0.203	0.052	0.335
Lokasi X2	0.127	0.058	0.215
Harga X3	0.190	0.067	0.295

Uji Koefisien Determinasi R², Uji t, dan Uji F

Uji Koefisien Determinasi R²

dapat diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,413 artinya pengaruh semua variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Lokasi (X2) dan Harga (X3) mempengaruhi variabel terikat yaitu pembelian impulsif sebesar 41,3% sedangkan sisanya 58,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model konseptual untuk dianalisis atau tidak ikut dalam model analisis yang diteliti.

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.657	.431	.413

Uji t

Melihat hasil dari tabel diatas jika tingkat signifikan $< 0,05$ maka dapat dipastikan berpengaruh signifikan secara parsial atas Kepuasan Pelanggan

Model	t	Sig.	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan X1	3,920	.000	Berpengaruh
Lokasi X2	2,184	.032	Berpengaruh
Harga X3	2,834	.006	Berpengaruh

Uji F

Tabel diatas didapati nilai F hitung adalah 23.240 serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis H₀ ditolak dan H₁ diterima. Artinya bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), Lokasi (X2) dan Harga (X3) secara bersama-sama berpengaruh atau simultan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Model	F	Sig.
Regression	23.240	,000 ^b

Pembahasan

- Berdasarkan hasil uji yang telah diolah menggunakan software SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut:
- **Terdapat pengaruh antara variabel X1 Kualitas Pelayanan terhadap variabel Y Kepuasan Pelanggan**
- Berdasarkan hasil uji parsial, menunjukkan bahwa hipotesis H1 diterima yang menandakan arah koefisien regresi positif. Artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
- **Terdapat pengaruh antara variabel X2 Lokasi terhadap variabel Y Kepuasan Pelanggan**
- Berdasarkan Hasil uji parsial, menunjukkan bahwa hipotesis H2 diterima yang menandakan arah koefisien regresi positif. Artinya Lokasi berpengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
- **Terdapat pengaruh antara variabel X3 Harga terhadap variabel Y Kepuasan Pelanggan**
- Berdasarkan hasil Hasil Uji parsial, menunjukkan bahwa hipotesis H3 diterima yang menandakan arah koefisien regresi positif. Artinya Harga berpengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
- **Terdapat pengaruh antara variabel X1 Kualitas Pelayanan dan X2 Lokasi dan X3 Harga terhadap variabel Y Kepuasan Pelanggan**
- Berdasarkan hasil uji simultan, menunjukkan bahwa hipotesis H4 diterima. Artinya, variabel independen yang meliputi X1 Kualitas Pelayanan dan X2 Lokasi, dan X3 Harga memiliki pengaruh positif secara simultan terhadap variabel dependen Y Kepuasan Pelanggan. Dalam hal ini dapat disimpulkan, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga berpengaruh secara bersamaan, dapat meningkatkan volume penjualan secara signifikan

Kesimpulan

- Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dengan teknik pengumpulan data menggunakan sebar kuesioner secara langsung kepada 96 responden yang merupakan Pelanggan Bengkel Rojo Utomo Motor disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas Pelayanan, Lokasi dan dan Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Lokasi dan dan Harga berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi dukungan dan bantuan terutama kepada kedua orang tua serta keluarga yang senantiasa mendoakan. Kepada ibu dosen yang telah memberikan bimbingan serta pengarahan. Kepada Bengkel Rojo Utomo Motor Duran, Karangpuri, Wonoayu yang telah memberikan izin dan telah memberikan dukungan serta bantuan terhadap pengerjaan tugas akhir saya. Kepada seluruh responden yang ada pada penelitian ini yang telah bersedia menjadi objek penelitian.

