



JURNAL ILMIAH

FEASIBLE

BISNIS, KEWIRAUSAHAAN & KOPERASI

openjournal.unpam.ac.id

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL ABADI JAYA MOTOR BOGOR

Ugeng Budi Haryoko; Hapid Rabani
Fakultas Ekonomi; Universitas Pamulang
ugengbudiunpam@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Abadi Jaya Motor Bogor. Metode analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, Uji t dan Uji f. Sampel penelitian yaitu konsumen yang konsumen pemakai jasa perbaikan kendaraan motor pada Bengkel Abadi Jaya Motor sebanyak 82 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi sebesar 26,2%. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan kontribusi sebesar 41,9%. Secara simultan kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 14,980 + 0,230X_1 + 0,473X_2$ dan kontribusinya sebesar 46,7% sedangkan sisanya sebesar 53,3% dipengaruhi faktor lain. Dari pengujian hipotesis menggunakan uji statistik $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(34,613 > 2,150)$ dengan probability 0,000. Sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Pelanggan*

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality and location on customer satisfaction of customers at the Workshop of Abadi Jaya Motor Bogor. The analytical methods used include validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression test, coefficient of determination test, t test and f test. The research sample is consumers who are consumers of motor vehicle repair services at Abadi Jaya Motor Workshop totaling 82 respondents. The results of this study indicate that service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions with a contribution of 26.2%. Location has a positive and significant effect on customer satisfaction with a contribution of 41.9%. Simultaneously, service quality and location have a positive effect on customer satisfaction with a regression equation $Y = 14,980 + 0,230X_1 + 0,473X_2$ and its contribution is 46.7% while the remaining 53.3% is influenced by other factors. From hypothesis testing using statistical tests $F_{count} > F_{table}$ or $(34.613 > 2,150)$ with a probability of 0,000. So H_0 is rejected and H_1 is accepted. This means that there is a positive and significant effect simultaneously between service quality, and location on customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Location, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada saat ini banyak sekali kemajuan dan perkembangan yang terjadi dalam dunia otomotif di Indonesia. Dari tahun ke tahun mengalami yang pesat salah satunya di dalam kendaraan roda dua (motor). Kendaraan roda dua (motor) disebut sebagai kendaraan yang “*fleksibel*” di daratan, karena ditopang dengan bentuknya yang ramping serta dapat menembus kemacetan yang berada pada jalan- jalan tertentu yang memiliki tingkat kemacetan yang tinggi, serta dapat meminimalis waktu tempuh menuju tempat tujuan dibandingkan dengan menaiki transportasi umum lainnya seperti: bus, kereta, *busway* dan lain sebagainya. Persaingan usaha bengkel motor di kota - kota besar di Indonesia semakin pesat karena merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi untuk merawat motor agar nyaman saat digunakan, salah satunya yaitu didaerah Bogor. Bengkel Abadi Jaya Motor merupakan salah satu penyedia jasa pelayanan *sevice* kerdaraan bermotor yang berada di daerah Bogor, bertujuan memberikan performa kendaraan bermotor menjadi selalu seperti baru dengan *service* yang memuaskan dan lokasi yang terjangkau bagi para pemilik kendaraan bermotor sehingga tidak perlu khawatir akan kenyamanan dan keamanan dalam berkendara.

Tabel 1.1. Data Komplain Bengkel Abadi Jaya Motor Bogor Periode 2015 Sampai 2017

Jenis komplain pelanggan	Tahun		
	2015	2016	2017
Kelengkapan peralatan bengkel	19	24	27
Kemudahan standar oprasional prosedur pelayanan bengkel	25	27	17
Kemampuan bengkel dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	39	34	42
Kecepatan kinerja mekanik dalam memperbaiki motor	23	47	29
Lokasi bengkel kurang strategis	51	32	21
Jumlah komplain pertahun	157	164	136

Sumber: bengkel Abadi Jaya Motor Bogor 2018

Berdasarkan **Tabel 1.1**, adanya peningkatan jumlah komplain dari pelanggan dari tahun 2015 sampai 2017 mengenai kelengkapan peralatan bengkel, kemudahan prosedur pelayanan bengkel, kemampuan bengkel dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, kecepatan kerja mekanik dalam memperbaiki motor, lokasi bengkel kurang strategis setiap tahunnya bertambah, Kenaikan jumlah komplain yang signifikan terdapat pada lokasi bengkel kurang strategis, hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah komplain setiap tahunnya. Serta ketidak pastian dari standar oprasional prosedur yang di keluar oleh pihak bengkel yang dilansir terlalu banyak memakan waktu untuk mengerjakan atau didalam perbaikan satu kendaraan.

Tabel 1.2. Data Jumlah Pengunjung Dan Data Jumlah Transaksi Bengkel Abadi Jaya Motor Bogor Tahun 2015 sampai 2017

Tahun	Jumlah Pengunjung (orang)	Jumlah Transaksi (dalam ribuan)	Presentase Jumlah
2015	5.759	83.953	87,03%
2016	5.348	71.564	83,44%
2017	5.103	67.723	80,64%

Sumber bengkel Abadi Jaya Motor 2018

Dari tabel di atas dapat diketahui pendapatan di bengkel Abadi Jaya Motor mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Transaksi pada tahun 2016 mengalami penurunan dengan presentase 83,44%. Dan pada tahun 2017, penurunan kembali terjadi 80,64% dari tahun 2016. Jadi selama 3 tahun terakhir bengkel Abadi Jya Motor telah mengalami penurunan sebesar 80,66%.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Abadi Jaya Motor.
2. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Abadi Jaya Motor.
3. Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Abadi Jaya Motor.

Kajian Literatur

Kualitas Layanan

Menurut Murdick, et al (dalam Assegaf, 2015:47) “menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas

ekonomi yang memproduksi atau menghasilkan waktu, tempat, bentuk dan kebutuhan atau keperluan psikologis”.

Adapun indikator kualitas jasa (pelayanan), menurut Fandy Tjiptono (2012:43) antara lain meliputi: “1) Bukti fisik (*Tangible*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan; 2) Keandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati; 3) Daya tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka , serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat; 4) Jaminan (*Assurance*), berarti pemberian jaminan akan produk yang sesuai ukuran, pelayanan yang tepat dan respon yang akurat; dan 5) Empati (*Emphaty*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan.”

Lokasi

“Komponen yang menyangkut lokasi meliputi: pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk,

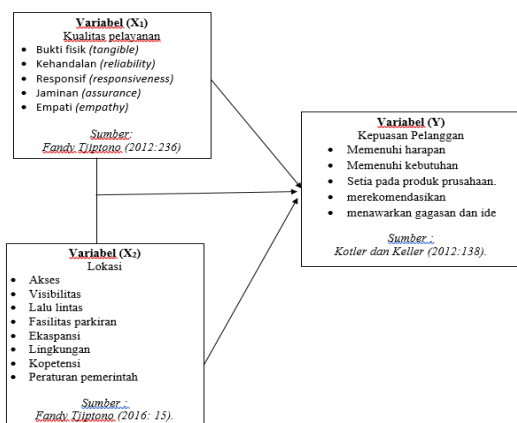
aman dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung, seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor yang lainnya” (Fandi Tjiptono dalam Kuswatiningsih: 2016, 15).

Kepuasan

“Kepuasan merupakan perasaan seseorang akan kesenangan atau kekecewaan setelah membandingkan kinerja suatu produk yang dirasakan dengan harapan mereka. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, pelanggan tidak puas dan jika kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan puas” (Kotler dan Keller: 2012, 138)

Adapun indikator kepuasan pelanggan antara lain meliputi: 1) Dapat memenuhi harapan; 2) Dapat memenuhi kebutuhan; 3) Menceritakan hal-hal yang baik dan bersedia untuk merekomendasikan; 4) Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing; dan 5) Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

METODE

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian yaitu penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan uji analisis validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji t dan uji F. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang konsumen yang memakai jasa perbaikan kendaraan motor pada Bengkel Abadi Jaya Motor sebanyak 457 konsumen. Sedangkan jumlah sampel menggunakan rumus slovin sebanyak 82 responden.

HASIL dan PEMBAHASAN

Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Tabel 1.3. Pengujian Validitas Instrumen Pertanyaan Kualitas Pelayanan (X₁)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
1. Penampilan karyawan sopan	0,439	0,181	Valid
2. Peralatan penunjang lengkap	0,647	0,181	Valid
3. Area bengkel yang bersih	0,349	0,181	Valid
4. Pelayanan petugas selalu baik	0,329	0,181	Valid
5. Tidak mengelabui pelanggan	0,407	0,181	Valid
6. Ketepatan informasi	0,388	0,181	Valid
7. Ketanggapan pelayanan	0,412	0,181	Valid
8. Kecepatan merespon	0,520	0,181	Valid
9. Pelayanan tepat waktu	0,407	0,181	Valid
10. Jaminan produk sesuai ukuran	0,622	0,181	Valid
11. Petugas mudah mengerti	0,454	0,181	Valid
12. Memberikan perhatian	0,625	0,181	Valid

Dari data tabel di atas, seluruh item instrumen kualitas pelayanan (X₁) dikatakan valid karena nilai r_{hitung} > r_{tabel}.

Uji Validitas Lokasi

**Tabel 1.4. Pengujian Validitas Instrumen
Pertanyaan Lokasi (X₂)**

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
1. Lokasi yang strategis	0,451	0,181	Valid
2. Berdekatan transportasi umum	0,539	0,181	Valid
3. Lokasi dekat dengan pusat keramaian	0,519	0,181	Valid
4. Memudahkan minat pelanggan	0,612	0,181	Valid
5. Memudahkan pembelian secara spontan	0,305	0,181	Valid
6. Dampak kemacetan dalam pelayanan	0,537	0,181	Valid
7. Lokasi parkir yang luas	0,381	0,181	Valid
8. Keamanan dan kenyamanan	0,615	0,181	Valid
9. Ketersediaan lahan yang cukup	0,615	0,181	Valid
10. Mendukung minat pelanggan	0,502	0,181	Valid
11. Lokasi dengan kompetitor cukup jauh	0,311	0,181	Valid
12. Mendapatkan ijin usaha	0,316	0,181	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2018.

Dari data tabel di atas, seluruh item instrumen lokasi (X₂) dikatakan valid karena nilai r_{hitung} > r_{tabel}.

Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

**Tabel 1.5. Pengujian Validitas Instrumen
Pertanyaan Kepuasan Pelanggan (Y)**

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
1. Dapat memenuhi keinginan	0,349	0,181	Valid
2. Memberikan rasa nyaman	0,654	0,181	Valid
3. Memprioritaskan permintaan	0,236	0,181	Valid
4. Dapat memenuhi kebutuhan	0,672	0,181	Valid
5. Ketepatan pengadaan barang	0,562	0,181	Valid
6. Ketepatan rencana produksi	0,425	0,181	Valid
7. Tidak berniat membeli yang lain	0,548	0,181	Valid
8. Susah tergantikan	0,372	0,181	Valid
9. Senang melakukan kerjasama	0,247	0,181	Valid
10. Merekomendasikan ke orang lain	0,404	0,181	Valid
11. Memberikan masukan	0,559	0,181	Valid
12. Mendorong inovasi pelayanan	0,382	0,181	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2018.

Dari data tabel di atas, seluruh item instrumen variabel kepuasan pelanggan (Y) dikatakan valid karena diperoleh nilai r_{hitung} > r_{tabel}.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas, butir pernyataan dikatakan reliabel apabila nilai r_{hitung} lebih besar r_{tabel} (0,181). Hasil uji reliabilitas seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1.6. Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Independen dan Variabel Dependen

Variabel	r hitung	r tabel	Keputusan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,708	0,181	Reliabel
Lokasi (X ₂)	0,714	0,181	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,704	0,181	Reliabel

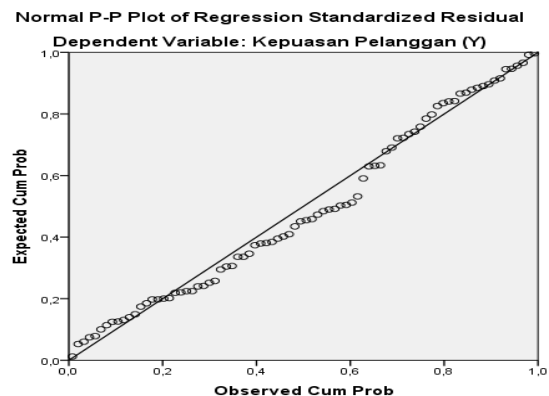
Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2018.

Hasil perhitungan reliabilitas menunjukkan bahwa semua item dinyatakan reliabel nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} (0,181).

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan dengan melihat grafik P-P Plot sebagai berikut:



Gambar 1.2
P-P Plot Uji Normalitas –
Diagram Penyebaran Titik Residual

Dari gambar dapat diketahui bahwa pola grafiknya normal, karena penyebarannya berada pada garis normal dan mengikuti garis diagonal. Artinya data terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Data penelitian dikatakan tidak mengalami multikolinieritas apabila nilai *Tolerance Value* kurang dari 1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10.

Tabel 1.7. Hasil Pengujian Multikolinieritas Dengan Collinearity Statistic

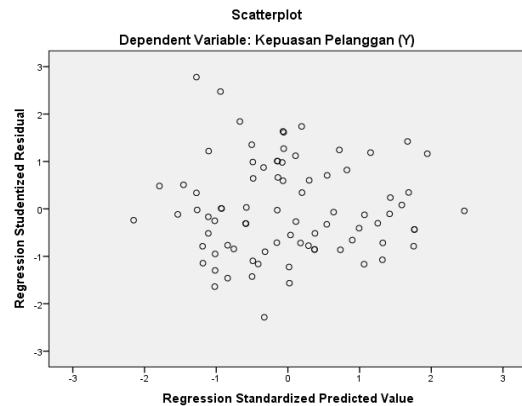
Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelanggan (X1)	,751	1,331
Lokasi (X2)	,751	1,331

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)
 Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2018

Hasil uji multikolinieritas diperoleh nilai toleransi < 1 dan nilai VIF < 10, berarti model regresi tidak mengalami multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan *varians residual*. Model regresi dikatakan mengalami heteroskedastisitas apabila pada grafik *scatter plot* apabila titik-titik membentuk pola tertentu seperti gelombang besar melebar dan menyempit.



Gambar 1.3 Grafik Scatter Plot Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik, titik-titik pada grafik *scatterplot* menunjukkan tidak terdapat gangguan heteroskedastisitas pada model, karena titik-titik penyebaran tidak membentuk pola-pola tertentu dan menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

Analisis Data Deskriptif

a. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

Tabel 1.10. Jawaban Responden Berdasar Pada Butir Pertanyaan Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Total	Rata2 Scor	Kriteria
	1	2	3	4	5			
1. Penampilan karyawan sopan	0	1	22	33	26	82	4,02	Baik
2. Peralatan penunjang lengkap	0	4	24	40	14	82	3,78	Baik
3. Area bengkel yang bersih	0	7	23	42	10	82	3,67	Baik
4. Pelayanan petugas selalu baik	0	7	27	41	7	82	3,59	Baik
5. Tidak mengelabui pelanggan	0	4	25	43	10	82	3,72	Baik
6. Ketepatan informasi	0	5	31	31	15	82	3,68	Baik
7. Ketanggapan pelayanan	0	5	32	37	8	82	3,59	Baik
8. Kecepatan merespon	0	4	19	29	30	82	4,04	Baik
9. Pelayanan tepat waktu	0	2	30	41	9	82	3,70	Baik
10. Jaminan produk sesuai ukuran	0	1	39	30	12	82	3,65	Baik
11. Petugas mudah mengerti	0	2	12	44	24	82	4,10	Baik
12. Memberikan perhatian	0	3	21	46	12	82	3,82	Baik
Jumlah	0	45	305	457	177	984	Rata - Rata	
Presentase jawaban	0,00%	4,57%	31,00%	46,44%	17,99%	100,0%	3,78	Baik

Berdasarkan tabel di atas, tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan (X₁) memiliki kategori skala tinggi atau baik, dilihat dari skor tertinggi

4,10 yaitu pada pernyataan "petugas mudah dimengerti" sehingga banyak responden yang memilih menggunakan jasa yang ditawarkan oleh Bengkel Abadi Jaya Motor. Sedangkan angka terendah yaitu pada pernyataan "pelayanan petugas selalu baik" dengan bobot 3,59 karenanya perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan lebih baik lagi, diantaranya dengan menerapkan sistem 3 S (senyum,salam dan sapa) bagi layanan seluruh karyawan.

b. Deskripsi Variabel Lokasi (X₂)

Tabel 1.11. Jawaban Responden Berdasar Pada Butir Pertanyaan Variabel Lokasi (X₂)

Pertanyaan	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5	Total	Rata2 Scor	Kriteria
1. Lokasi yang strategis	0	3	22	40	17	82	3,87	Baik
2. Berdekatan transportasi umum	0	2	42	24	14	82	3,61	Baik
3. Lokasi dekat dengan pusat keramaian	0	3	27	39	13	82	3,76	Baik
4. Memudahkan minat pelanggan	0	4	24	34	20	82	3,85	Baik
5. Memudahkan pembelian secara spontan	0	1	25	38	18	82	3,89	Baik
6. Dampak kemacetan dalam pelayanan	0	1	28	39	14	82	3,80	Baik
7. Lokasi parkir yang jauh dari bengkel	0	1	18	45	18	82	983	Baik
8. Keamanan dan kenyamanan	0	1	25	36	20	82	3,91	Baik
9. Ketersediaan lahan yang cukup	0	1	25	36	20	82	3,91	Baik
10. Mendukung minat pelanggan	0	3	31	33	15	82	3,73	Baik
11. Lokasi dengan kompetitor cukup jauh	0	1	19	39	23	82	4,02	Baik
12. Mendapatkan ijin usaha	0	0	15	42	25	82	4,12	Baik
Jumlah	0	21	301	445	217	984	Rata - Rata	
Presentase jawaban	0,00%	2,13%	30,59%	45,22%	22,05%	100,0%	3,90	Baik

Dari tabel di atas, tanggapan responden terhadap variabel lokasi (X₂) memiliki kategori skala tinggi atau baik, dengan skor tertinggi 4,12 pada pernyataan "mendapatkan ijin usaha" sehingga banyak responden yang memilih untuk menggunakan jasa dari Bengkel Abadi Jaya Motor karena keberadaan jasa bengkel yang digunakan telah mendapatkan surat edaran prihal ijin usaha dari pemerintah setempat. Sedangkan angka terendah yaitu pada pernyataan "berdekatan dengan transport-

tasi umum" dengan skor 3,61. Karenanya perusahaan perlu memberikan kenyamanan bagi masyarakat dengan cara memberikan fasilitas tempat parkir yang dekat dengan lokasi bengkel sehingga memberikan rasa aman bagi masyarakat yang menggunakan jasa.

c. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 1.12. Jawaban Responden Berdasar Pada Butir Pertanyaan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Pertanyaan	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5	Total	Rata2 Scor	Kriteria
1. Dapat memenuhi keinginan	0	0	24	50	8	82	3,80	Baik
2. Memberikan rasa nyaman	0	1	22	37	22	82	3,98	Baik
3. Memprioritaskan permintaan	0	1	36	34	14	82	3,71	Baik
4. Dapat memenuhi kebutuhan	0	1	15	37	29	82	4,15	Baik
5. Ketepatan pengadaan barang	0	1	31	35	15	82	3,78	Baik
6. Ketepatan rencana produksi	0	0	19	44	19	82	4,00	Baik
7. Tidak berniat membeli yang lain	0	2	16	38	26	82	4,07	Baik
8. Susah tergantikan	0	0	27	39	16	82	3,87	Baik
9. Senang melakukan kerjasama	0	0	24	45	13	82	3,87	Baik
10. Merekomendasikan ke orang lain	0	0	14	46	22	82	4,10	Baik
11. Memberikan masukan	0	0	21	35	26	82	4,06	Baik
12. Mendorong inovasi pelayanan	0	0	19	36	27	82	4,10	Baik
Jumlah	0	6	268	473	237	984	Rata - Rata	
Presentase jawaban	0,00%	0,61%	27,24%	48,07%	24,09%	100,0%	3,97	Baik

Tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan (Y) memiliki kategori tinggi atau baik, dengan skor tertinggi 4,15 pada pernyataan "memenuhi kebutuhan" sehingga banyak responden yang memilih untuk memberikan saran atau masuk kepada pihak perusahaan perihal jasa dari Bengkel Abadi Jaya Motor agar bisa lebih berkembang. Sedangkan skor terendah pada pernyataan "memprioritaskan permintaan" dengan skor 3,71%. Karenanya perusahaan perlu memberikan kenyamanan bagi masyarakat dengan cara memberikan barang-barang yang berkualitas untuk kenyamanan masyarakat dalam melakukan aktivitas dengan kendaraan bermotor,

sehingga memberikan rasa aman bagi masyarakat yang menggunakan jasa.

Analisis Verifikatif

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1.13
Hasil Pengolahan Regresi Berganda Variabel
Kualitas Pelayanan (X₁)
dan Lokasi (X₂)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14,980	3,983		3,761	,000
Kualitas Pelayanan (X ₁)	,230	,086	,252	2,656	,010
Lokasi (X ₂)	,473	,086	,522	5,508	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil perhitungan regresi diperoleh persamaan regresi $Y = 14,980 + 0,230X_1 + 0,473X_2$.

- a. Nilai konstanta 14,98 berarti jika kualitas layanan dan lokasi tidak ada kepuasan pelanggan sudah memiliki nilai 14,98.
- b. Nilai 0,230 pada variabel kualitas pelayanan artinya jika ada kenaikan satu tingkat kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,230 *point*. Demikian pula jika ada penurunan satu tingkat kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan juga menurun 0,230 *point*.
- c. Nilai 0,473 pada variabel lokasi artinya jika ada kenaikan satu tingkat lokasi maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,473 *point*. Demikian pula jika ada penurunan satu tingkat lokasi maka kepuasan pelanggan juga menurun 0,473 *point*.

b. Pengaruh Secara Parsial.

Tabel 1.14. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X₁) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,512 ^a	,262	,253	3,412

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X₁)
 b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Nilai *R* sebesar 0,512 menunjukkan korelasi cukup kuat sedangkan nilai *R-square* sebesar 0,262 menunjukkan kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 26,2%.

Tabel 1.15. Pengaruh Secara Parsial Variabel Lokasi (X₂) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,648 ^a	,419	,412	3,027

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X₂)
 b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Nilai *R* sebesar 0,648 menunjukkan korelasi kuat sedangkan nilai *R-square* sebesar 0,419 menunjukkan kontribusi lokasi terhadap kepuasan pelanggan sebesar 41,9%.

c. Koefisien Determinasi

Tabel 1.16. Hasil Pengolahan Data Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,683 ^a	,467	,454	2,918

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X₂), Kualitas Pelayanan (X₁)
 b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Nilai *R* sebesar 0,683 menunjukkan korelasi kuat dan nilai *R-square* sebesar 0,467 menunjukkan besarnya kontribusi kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Abadi

Jaya Motor Bogor sebesar 46,7% sedangkan sisanya 53,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

d. Pengujian Hipotesis

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 1.17. Hasil Uji t Variabel Kepuasan Pelanggan (X₁) Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	26,286	3,990		6,587	,000
Kualitas Pelanggan (X ₁)	,467	,088	,512	5,334	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Dari tabel diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,334 > 1,663) dengan nilai signifikansi 0,000, sehingga H₀ ditolak dan H₁ diterima, artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Abadi Jaya Motor.

2) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 1.18. Hasil Uji t Variabel Lokasi (X₂) Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	20,082	3,619		5,549	,000
Lokasi (X ₂)	,587	,077	,648	7,602	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Dari tabel diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (7.602 > 1,663), dan nilai signifikansi 0,000 sehingga H₀ ditolak dan H₁ diterima, artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Abadi Jaya Motor.

3) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan (Uji F)

Tabel 1.19. Hasil Uji F Simultan

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	589,603	2	294,801	34,613	,000 ^b
Residual	672,849	79	8,517		
Total	1262,451	81			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Lokasi (X₂), Kualitas Pelanggan (X₁)

Dari tabel di atas, diperoleh nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} atau (34,613 > 2,150) dengan signifikansi 0,000. Sehingga H₀ ditolak dan H₁ diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Abadi Jaya Motor.

SIMPULAN

Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi sebesar 26,2%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil uji t diperoleh t_{hitung} (5,334) > t_{tabel} (1,663), dengan signifikansi 0,000.
2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan kontribusi sebesar 41,9%. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi akan meningkatkan keputusan pembelian. Hasil uji t diperoleh t_{hitung} (7.602) > t_{tabel} (1,663) dengan *probability* 0,000.

3. Persamaan regresi berganda diperoleh $Y = 14,980 + 0,230X_1 + 0,473X_2$. Semakin tinggi kualitas pelayanan dan lokasi maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan kontribusi sebesar 46,7% sedangkan sisanya sebesar 53,3% dipengaruhi faktor lain. Hasil uji statistik diperoleh $F_{hitung} (34,613) > F_{tabel} (2,150)$ dengan *probability* 0,000. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

Saran

1. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan maka perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan salah satunya dengan cara menerapkan sistem 3 S (senyum, salam dan sapa) bagi setiap karyawan.
2. Perusahaan perlu memberikan kenyamanan bagi masyarakat terkait lokasi. Salah satunya dengan cara memberikan fasilitas tempat parkir yang dekat dengan lokasi bengkel, sehingga memberikan rasa aman bagi masyarakat yang menggunakan jasa yang diberikan.
3. Perusahaan hendaknya dapat memberikan kenyamanan bagi masyarakat dengan cara memberikan barang-barang yang berkualitas untuk kenyamanan masyarakat dalam melakukan aktivitas dengan kendaraan roda dua (motor), sehingga memberikan rasa aman bagi

masyarakat yang menggunakan jasa Bengkel Abadi Jaya Motor.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. "Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa". Bandung. Edisi Revisi. Alfabeta. 2005.
- Arikunto, S. "Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek". Penerbit Rineka Cipta Bungin, Jakarta, 2010.
- Daud, Denny. *Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Bess Finance Manado*. Manajemen. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Sam Ratulangi Manado. 2013.
- Dwintha, Tiyani. *Analisis Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mobil Daihatsu Pada PT. Jujur Jaya Sakti Makassar*.
- Manajemen. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Hasanudin Makasar. 2012.
- George, Terry. *Dasar-Dasar Manajemen*. Cetakan Kesebelas. PT. Bumi Aksara. Jakarta. 2010.
- Handoko, T. Hani. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta BPFE. 2012.
- Hasibuan, SP, "Dasar-dasar Perbankan", Haji Masagung, Jakarta, 2012.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. *Principles of Marketing*. Eleventh Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey. 2006.

- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Penerbit Indeks. 2007.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. *Marketing Management 13*. New Jersey. Pearson Prentice Hall, Inc. 2012.
- Mandasari, Ii. “*Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada BRI Syariah cabang Cirebon*”. Manajamen. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati. Cirebon. 2015.
- Noor, Juliansyah. “*Metodelogi Penelitian*”. Penerbit Prenhalindo. Jakarta. 2000.
- Peter, J.P. & Olson, J.C. *Consumer Behaviour & Marketing Strategy*, New York: McGraw-Hill Companies, Inc. Seventh Edition. 2005.
- Rambat, Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta. 2008.
- Saladin, Djaslim, “*Manajemen Pemasaran*”, Linda Karya, Bandung, 2012.
- Sarwono, Jonathan, “*Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*”, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2012
- Setiadi, Nugroho. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Cetakan Keempat. Penerbit Kencana Prenada Media Group. 2010.
- Simamora, Bilson, “*Panduan Riset Dan Perilaku Konsumen*”, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2013.
- Singgih Santoso, “*SPSS Statistik Parametik*” Cetakan Kedua, PT. Elek Media Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*”, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung, 2012.
- Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*”, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung, 2014.
- Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta. Cetakan Ketiga. Penerbit Rineka. 2006.
- Swasta, Basu dan Irawan. “*Manajemen Pemasaran Modern*”. Liberty. Yogyakarta. 1990.
- Swastha, Bashu dan T. Handoko, “*Manajemen Pemasaran Moderen*”, BPFE, Yogyakarta, 2010..
- Syofian Siregar, “*Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*”, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2010.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Andi Offset. Yogyakarta. 2008.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Jasa*. CV. Andi. Yogyakarta. 2009.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta. Edisi Kedua. Penerbit Andi. 2012.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, “*Service Quality and Satisfiation*”, Edisi tiga, Andi, Jakarta, 2012.
- Utama, Rai. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Pada Salon Kecantikan Mutiara Sading Mengwi*”. Manajamen. Fakultas Ekonomika. Universitas Dhyana Pura. Bandung. 2016

Rocket.“*Definisi Manajemen*”. sumber:
<http://rocketmanajemen.com/20definisimanajemen-menurut-para-ahli/>.
Diakses Tanggal 25 Januari 2018 Jam
20.36 WIB