

## Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andalas Jaya Motor Cibodas Kota Tangerang

Riyan Mahardika<sup>1</sup>, Syafieq Fahlevi Almassawa<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

Email: [riyan.mahardika10@gmail.com](mailto:riyan.mahardika10@gmail.com), [dosen01855@unpam.ac.id](mailto:dosen01855@unpam.ac.id)

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima Januari 2025 Disetujui Februari 2025 Diterbitkan Maret 2025</p>	<p>Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan, baik secara parsial ataupun secara simultan pada bengkel Andalas Jaya Motor Cibodas Kota Tangerang. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasinya adalah 6.480 pelanggan, pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat batas kesalahan 10%, sehingga didapatkan sampel sebanyak 98 orang pelanggan. Analisis data mencakup uji hipotesis parsial dan simultan (uji t dan uji f). Hasil uji t variabel Kualitas Pelayanan (X1) diperoleh t-hitung 8,427 &gt; t-tabel 1,985, dan nilai Sig 0,000 &lt; 0,050, maka H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Lalu Variabel Harga (X2) diperoleh t-hitung 9,778 &gt; t-tabel 1,985, dan nilai Sig 0,000 &lt; 0,050, maka H2 diterima dan H0 ditolak. Hal ini menyatakan bahwa Harga (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Selanjutnya uji f variabel Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh f-hitung 75,688 &gt; f-tabel 2,700, dan nilai Sig 0,000 &lt; 0,050, maka H3 diterima dan H0 ditolak. Hal ini menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X1), dan Harga (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).</p>
<p><b>Kata Kunci:</b> Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan</p>	<p><b>ABSTRACT</b></p>
<p>DOI: 10.32493/jism.v5i1</p>	<p><i>The purpose of this study was to determine the effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction, both partially and simultaneously at the workshop Andalas Jaya Motor Cibodas Tangerang City. This research method uses a quantitative method, with data collection techniques using questionnaires. The population is 6,480 customers, sampling using the Slovin formula with a 10% margin of error, so that a sample of 98 customers was obtained. Data analysis includes partial and simultaneous hypothesis tests (t-test and f-test). The results of the t-test of the Service Quality variable (X1) obtained a t-count of 8.427 &gt; t-table 1.985, and a Sig value of 0.000 &lt; 0.050, then H1 is accepted and H0 is rejected. This states that Service Quality (X1) has a partial effect on Customer Satisfaction (Y). Then the Price Variable (X2) obtained a t-count of 9.778 &gt; t-table 1.985, and a Sig value of 0.000 &lt; 0.050, then H2 is accepted and H0 is rejected. This states that Price (X2) has a partial effect on Customer Satisfaction (Y). Furthermore, the f test of the Customer Satisfaction variable (Y) obtained an f-count value of 75.688 &gt;</i></p>
<p><b>Keywords:</b> Service Quality, Price, Customer Satisfaction</p>	

---

*f*-table 2.700, and a Sig value of  $0.000 < 0.050$ , then  $H_3$  is accepted and  $H_0$  is rejected. This states that Service Quality ( $X_1$ ), and Price ( $X_2$ ) have a simultaneous effect on Customer Satisfaction ( $Y$ ).

---

**How to cite:** Mahardika, R., & Almassawa, S., F. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andalas Jaya Motor Cibodas Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*. 5(1). 156-163



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2025 by author.

## PENDAHULUAN

Perkembangan industri otomotif secara global, terutama pada industri kendaraan sepeda motor, saat ini mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya permintaan masyarakat akan mobilitas yang tinggi. Menurut laporan Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia atau AISI, pada tahun 2023 tercatat penjualan sepeda motor di dalam negeri mengalami kenaikan sebesar 19,4% menjadi 6,2 juta unit. Dampaknya terjadi peningkatan permintaan ekosistem pendukung akan jasa perbaikan dan pemeliharaan sepeda motor yang mengarah pada pertumbuhan industri bengkel sepeda motor.

Peningkatan persaingan ini mendorong bengkel Andalas Jaya Motor yang menjadi salah satu pemain dalam sektor industri bengkel sepeda motor di wilayah kecamatan Cibodas, Kota Tangerang untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan strategi harga guna mempertahankan kepuasan pelanggan dan tetap bersaing di pasar yang kompetitif.

Komponen kunci dari setiap rencana manajemen pemasaran yang efektif adalah memastikan layanan berkualitas tinggi. Saat ini, kepuasan pelanggan terhadap layanan perusahaan sangat penting bagi keberhasilannya. Faktor-faktor seperti iklim ekonomi, kemajuan teknis, persaingan perusahaan, dan budaya lingkungan mempunyai dampak yang signifikan terhadap upaya peningkatan kualitas pelayanan. Bisnis tidak dapat bertahan tanpa memuaskan pelanggannya secara konsisten (Sumarsid & Paryanti, 2022).

Selain kualitas pelayanan, untuk dapat menarik pelanggan agar ingin datang dan menggunakan jasa dari bengkel Andalas Jaya Motor, penentuan harga juga sangat berpengaruh. Dengan harga yang kompetitif, bengkel Andalas Jaya Motor diharapkan mampu untuk menambah jumlah pelanggan dari tahun ke tahun, penetapan harga juga perlu diperhatikan agar pelanggan tidak berpaling ke para pesaing. Harga berperan penting dalam pemasaran produk karena merupakan faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen saat membuat keputusan pembelian (Chastrena & Sulistiyowati, 2022).

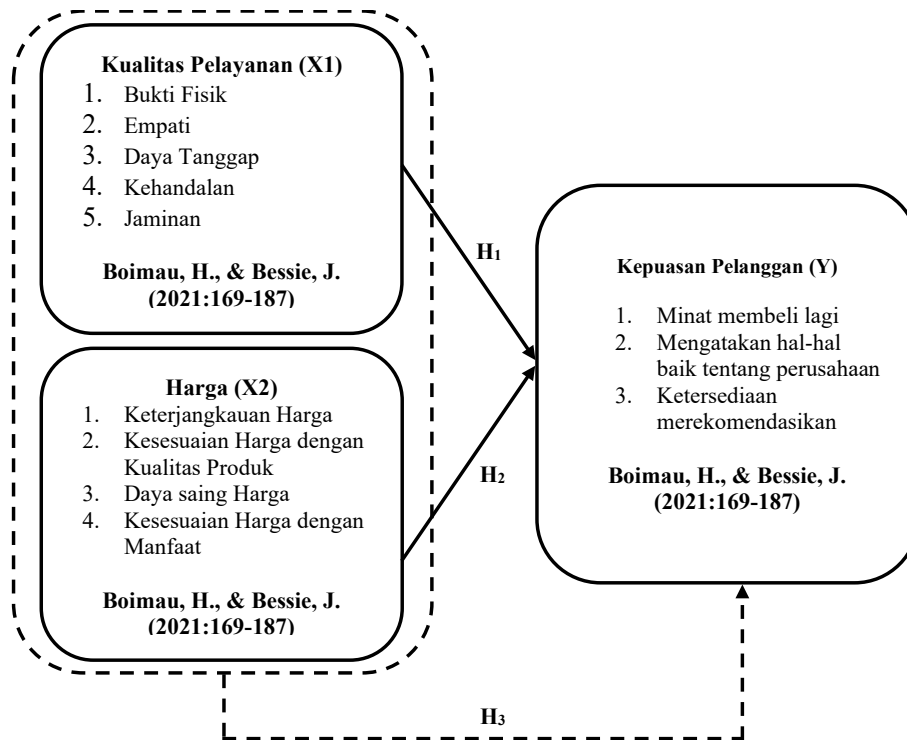
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada bengkel Andalas Jaya Motor Cibodas Kota Tangerang, baik secara parsial maupun secara simultan.

## KAJIAN LITERATUR

Kualitas pelayanan adalah sejauh mana tingkat keunggulan pelayanan yang diberikan perusahaan sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh para pelanggan (Pangeran, 2023). Menurut Boimau, & Bessie (2021), Kualitas Pelayanan dapat diukur melalui indikator sebagai berikut: Bukti Fisik (*Tangible*). Empati (*Empathy*). Daya Tanggap (*Responsiveness*). Keandalan (*reliability*) dan Jaminan (*Assurance*).

Harga adalah sejumlah nilai uang yang dikenakan untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Nilai uang ini dianggap pelanggan sebagai imbalan atas manfaat yang diperoleh dari penggunaan produk atau jasa tersebut (Boimau & Bessie, 2021). Menurut Boimau, & Bessie (2021), Harga dapat diukur melalui indikator sebagai berikut: Keterjangkauan harga., Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga dan Kesesuaian harga dengan manfaat.

Kepuasan pelanggan adalah bagaimana perasaan pelanggan setelah membeli produk atau jasa. Perasaannya bisa berupa marah, kecewa, jengkel, senang, atau puas (Rahman & Winarno, 2019). Menurut Boimau, & Bessie (2021), Kepuasan Pelanggan dapat diukur melalui indikator sebagai berikut: Minat membeli lagi. Mengatakan hal-hal baik tentang perusahaan. Dan Ketersediaan Merekomendasikan.



**Gambar 1 Kerangka Berpikir**

### Pengembangan Hipotesis

H1 = Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

H2 = Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

H3 = Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

### METODE PENELITIAN

Tempat dilakukannya penelitian yaitu pada bengkel sepeda motor Andalas Jaya Motor Cibodas Kota Tangerang, yang berkedudukan di Jl. Prambanan Raya No. 109, RT. 002/RW. 005, Kel. Cibodas Baru, Kec. Cibodas, Kota Tangerang, Banten. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan bengkel pada tahun 2023 sebanyak 6.480 orang. Sedangkan jumlah sampel menurut rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% didapatkan 98 orang responden. Dalam penulisan penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup, dimana responden diminta menjawab pertanyaan dan menjawab dengan memilih dari sejumlah alternatif jawaban yang disediakan. Dalam penelitian ini kuesioner dibuat tertutup berupa pernyataan-pernyataan dimana jawabannya mengacu pada skala Likert 1-5. Adapun metode analisis data menggunakan regresi linier, uji koefisien determinasi, uji hipotesis parsial (uji t), dan uji hipotesis simultan (uji f).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Analisis Regresi**

**Tabel 1 Regresi Linier Sederhana (X1) Terhadap (Y)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	19.209	2.587		7.426	0.000
	Kualitas Pelayanan (X1)	0.628	0.075	0.652	8.427	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data olahan SPSS versi 26 (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:  $Y = 19,209 + 0,628 X1$  Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 19,209 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat Kualitas Pelayanan (X1) bernilai nol atau tidak meningkat, maka kepuasan Pelanggan (Y) akan tetap bernilai 19,209. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 0,628 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya setiap kenaikan Kualitas Pelayanan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,628 satuan.

**Tabel 2 Regresi Linier Sederhana Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	20.655	2.097		9.850	0.000
	Harga (X2)	0.528	0.054	0.706	9.778	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data olahan SPSS versi 26 (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:  $Y = 20,655 + 0,528 X2$  Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 20,655 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat Harga (X2) bernilai nol atau tidak meningkat, maka kepuasan Pelanggan (Y) akan tetap bernilai 20,655. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 0,528 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya setiap kenaikan Harga sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,528 satuan.

**Tabel 3. Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	13.444	2.291		5.869	0.000
	Kualitas Pelayanan (X1)	0.380	0.071	0.395	5.333	0.000
	Harga (X2)	0.378	0.055	0.505	6.828	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data olahan SPSS versi 26 (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:  $Y = 13,444 + 0,380 X1 + 0,378 X2$

- a. Konstanta sebesar 13,444 artinya jika variabel Kualitas Pelayanan dan Harga, bernilai nol atau tidak meningkat maka keputusan pembelian akan tetap bernilai sebesar 13,444.
- b. Nilai regresi 0,380 X1 (positif) artinya apabila variabel Kualitas Pelayanan (X1) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel Harga (X2) dalam keadaan tetap, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,380 satuan.

- c. Nilai regresi 0,378 X2 (positif) artinya apabila variabel Harga (X2) meningkat sebesar 1 satuan, dengan asumsi variabel Kualitas Pelayanan (X1) tetap, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,378 satuan.

**Uji Koefisien Determinasi**

**Tabel 4 Koefisien Determinasi Parsial (X1) Terhadap Y**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.652 <sup>a</sup>	0.425	0.419	6.00258
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X1)				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)				

Sumber: Data olahan SPSS versi 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R Square sebesar 0,425 yang artinya variabel Kualitas Pelayanan (X1) memberikan kontribusi terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 42,5%, sedangkan sisanya sebesar 57,5% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Tabel 5 Koefisien Determinasi Parsial (X2) Terhadap (Y)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.706 <sup>a</sup>	0.499	0.494	5.60410
a. Predictors: (Constant), Harga (X2)				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)				

Sumber: Data olahan SPSS versi 26 (2024)

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R Square sebesar 0,499 yang artinya variabel Harga (X2) memberikan kontribusi terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 49,9%, sedangkan sisanya sebesar 50,1% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Tabel 6 Koefisien Determinasi Simultan (X1, dan X2) Terhadap (Y)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.784 <sup>a</sup>	0.614	0.606	4.94207
a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)				

Sumber: Data olahan SPSS versi 26 (2024)

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R Square sebesar 0,614 yang artinya variabel Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan memberikan kontribusi terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 61,4%, sedangkan sisanya sebesar 38,6% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Uji Hipotesis Parsial (Uji t)**

**Tabel 7 Uji t (X1) Terhadap (Y)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	19.209	2.587		7.426	0.000
	Kualitas Pelayanan (X1)	0.628	0.075	0.652	8.427	0.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)						

Sumber: Data olahan SPSS versi 26 (2024)

Berdasarkan tabel 7 tersebut dapat diketahui bahwa nilai t-hitung 8,427 > t-tabel 1,985 dengan signifikan 0,000 < 0,050, maka H0 ditolak dan H1 diterima. Ini menandakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada bengkel Andalas Jaya Motor Cibodas Kota Tangerang.

**Tabel 8 Uji t (X2) Terhadap (Y)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	20.655	2.097		9.850	0.000
	Harga (X2)	0.528	0.054	0.706	9.778	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data olahan SPSS versi 26 (2024)

Berdasarkan tabel 8 tersebut dapat diketahui bahwa nilai t-hitung 9,778 > t-tabel 1,985 dengan signifikan 0,000 < 0,050, maka H0 ditolak dan H2 diterima. Ini menandakan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada bengkel Andalas Jaya Motor Cibodas Kota Tangerang.

### Uji Hipotesis Simultan (Uji f)

**Tabel 9 Uji f (X1, dan X2) Terhadap (Y)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3697.196	2	1848.598	75.688	0.000 <sup>b</sup>
	Residual	2320.283	95	24.424		
	Total	6017.480	97			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber: Data olahan SPSS versi 26 (2024)

Berdasarkan tabel 9 tersebut dapat diketahui bahwa nilai f-hitung 75,688 > f-tabel 2,700 dengan signifikan 0,000 < 0,050, maka H0 ditolak dan H3 diterima. Ini menandakan bahwa secara simultan Kualitas Pelayanan, dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada bengkel Andalas Jaya Motor Cibodas Kota Tangerang.

### Pembahasan Hasil Penelitian

#### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan diperoleh persamaan regresi  $Y = 19,209 + 0,628 X1$ , dengan koefisien determinasi sebesar 42,5%, lalu sisanya sebesar 57,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti, uji t yang sudah dilakukan menyatakan bahwa secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dengan peroleh uji t diketahui nilai t-hitung 8,427 > t-tabel 1,985, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < dari 0,050. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arif Rahman, dan Slamet Heri Winarno (2019), dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Jaya Motor Bekasi”.

#### Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa Harga (X2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan diperoleh persamaan regresi  $Y = 20,655 + 0,528 X2$ ,

dengan koefisien determinasi sebesar 49,9%, lalu sisanya sebesar 50,1% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti, uji t yang sudah dilakukan menyatakan bahwa secara parsial variabel Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dengan peroleh uji t diketahui nilai t-hitung  $9,778 > t\text{-tabel } 1,985$ , dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,050$ . Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hezron Boimau, dan Juita L. D. Bessie (2021), dengan judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Transportasi *Online Grabbike* Kota Kupang”.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan diperoleh persamaan regresi  $Y = 13,444 + 0,380 X_1 + 0,378 X_2$ , dengan koefisien determinasi sebesar 61,4%, lalu sisanya sebesar 38,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti, uji f yang sudah dilakukan menyatakan bahwa secara simultan variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dengan peroleh uji f diketahui nilai f-hitung  $75,688 > f\text{-tabel } 2,700$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,050$ . Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sumarsid, dan Atik Budi Paryanti (2022), dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Grabfood* Wilayah Kecamatan Setiabudi”.

### **KESIMPULAN**

Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan koefisien determinasi sebesar 42,5%, lalu sisanya sebesar 57,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti, dan dengan nilai t-hitung  $8,427 > t\text{-tabel } 1,985$ , dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,050$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Harga (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan koefisien determinasi sebesar 49,9%, lalu sisanya sebesar 50,1% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti, dan dengan nilai t-hitung  $9,778 > t\text{-tabel } 1,985$ , dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,050$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan koefisien determinasi sebesar 61,4%, lalu sisanya sebesar 38,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti, dan dengan nilai f-hitung  $75,688 > f\text{-tabel } 2,700$ , dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,050$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aditama, R. A. (2020). Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi. Malang: AE Publishing.
- Algifari. (2016). Mengukur Kualitas Layanan. Yogyakarta: BPFE
- Alvianna, S., Husnita, I., et al. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Panderman Coffeee Shop di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal of Management and Business Review*, Vol 18, No 02.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Astuti, M., Amanda, A. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Boimau, H., & Bessie, J. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online (Studi Pada Grab Bike Kota Kupang). *Jurnal of Management (SMES)*, Vol 14, No 02.
- Chastrena, U., & Sulistiyowati, N. L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel BNU Modifikasi Di Wonoasri. *Jurnal SIMBA*, Vol 04, No 01.
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., et al. (2022). Bauran Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish Publisher CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2017). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Haryoko, B., Septiani, F., et al. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Starbucks Coffee Plaza Kampung Kemang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol 03, No 02.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Istijanto. (2016). Membedah Strategi dan Taktik Pemasaran Terkini. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kosasih, N. (2022). Pengantar Manajemen. Batang Hari: CV Guepedia.
- Pangeran, M. R. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Telkom Regional VII kawasan Timur Indonesia (KTI) Makassar. *Jurnal Mirai Manajemen*, Vol 08, No 02.
- Rahman, A., & Winarno, S. H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Jaya Motor Bekasi. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol 03, No 01.
- Rizal, A. (2020). Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0. Yogyakarta: Deepublish Publisher CV Budi Utama.
- Satriadi, Wanawir, et al. (2021). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Samudera Biru.
- Setiawan, B. P., & Frianto, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian). *Jurnal of Business and Innovation Management*, Vol 03, No 03.
- Siswanto, B. (2021). Pengantar Manajemen. Jakarta: Bumi Aksara.
- Solikha, S., & Suprpta, I. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Go-Jek). *Jurnal Ekobis*, Vol 10, No 01.
- Sudjana. (2017). Metode Statistika. Bandung: PT Taristo.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumarsid, & Paryanti, B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada GrabFood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, Vol 12, No 01.
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa Edisi Terbaru. Yogyakarta: Penerbit Andi