

Kepuasan Pelanggan Yang Dipengaruhi Oleh Harga Dan Kualitas Pelayanan Pada Bengkel Javaban Dunlop Cirendeu Kota Tangerang Selatan

Desy Maysaroh, Sugeng Widodo

Mahasiswa Dan Dosen Universitas Pamulang

desymaysaroh@gmail.com , dosen01632@unpam.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Javaban Dunlop Cirendeu Kota Tangerang Selatan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *proposional random sampling*. Metode pengambilan sampel dengan menggunakan rumus *slovin*. Analisis data menggunakan analisis regresi, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berkontribusi positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan persamaan regresi $Y = -3,293 + 0,102 X_1 + 0,577 X_2$. Koefisien determinasi berkontribusi secara simultan 80,1%. Uji hipotesis secara parsial diperoleh angka harga sebesar $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $13,619 > 1,985$, Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat kontribusi yang positif antara variabel Harga (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Kualitas Pelayanan diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $19,196 > 1,986$, Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat kontribusi positif antara variabel Kualitas Pelayanan (X2) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $185,468 > 2,700$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara bersama-sama berkontribusi positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine whether price and service quality have a significant effect on customer satisfaction in Javaban Dunlop Cirendeu South Tangerang City. The method used is quantitative with sampling techniques in this study using proportional random sampling. Sampling method using the slovin formula. Data analysis uses regression analysis, correlation coefficient analysis, determination coefficient analysis, and hypothesis testing. The result of this study is that Price (X1) and Service Quality (X2) contribute positively to Customer Satisfaction (Y) with regression equation $Y = -3.293 + 0.102 X_1 + 0.577 X_2$. The coefficient of determination contributes simultaneously 80,1%. The hypothesis test partially obtained a price figure of $t_{calculate} > t_{table}$ or $13.619 > 1.985$, thus H_0 is rejected and H_1 is accepted, this shows that there is a positive contribution between the Price variable (X1) to Customer Satisfaction (Y). Service Quality obtained a calculated value of $> table$ $19.196 > 1.986$, Thus,

H0 is rejected and H1 is accepted, this shows that there is a positive contribution between the variables Service Quality (X2) and Customer Satisfaction (Y) Test the hypothesis obtained the value of F calculate > F table or 185.468 > 2.700 then H0 is rejected and H3 is accepted, meaning that Price (X1) and Service Quality (X2) together contribute positively to Customer Satisfaction (Y).

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era modern seperti saat ini perkembangan pengguna mobil semakin meningkat setiap tahunnya sehingga secara tidak langsung pengguna mobil memerlukan sarana dan prasarana untuk memperbaiki dan merawat kendaraannya agar dapat digunakan dalam jangka waktu panjang. Seiring berjalannya waktu persaingan bisnis ini semakin ketat khususnya pada bidang otomotif. Untuk itu perusahaan harus memperhatikan dan memahami perilaku para pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya, sehingga pelanggan tersebut akan kembali menggunakan jasa atau produk yang dimiliki perusahaan.

Javaban Dunlop adalah perusahaan menengah yang bergerak dalam bidang layanan jasa otomotif, Javaban juga melakukan penjualan sparepart motor dan mobil. Adapun data hasil prasurvey mengenai kepuasan pelanggan pada Javaban Dunlop Cirendeus sebagai berikut:

Tabel 1

Perbandingan Harga Javaban Dunlop Dengan Dewana Motor

No.	Jenis Service Bengkel Javaban Dunlop	Harga	Jumlah Transaksi	Jenis Service Dewana Motor	Harga	Jumlah Transaksi
1	Spooring	Rp.175.000	515	Spooring	Rp.125.000	531
2	Poles Kaca Kecil	Rp.225.000	87	Poles Kaca Kecil	Rp.130.000	94
3.	Poles kaca Besar	Rp. 150.000	86	Poles Kaca Besar	Rp. 225.000	91

Dari pernyataan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat perbedaan antara harga jasa dan jumlah transaksi pada

Javaban Dunlop dengan harga jasa dan jumlah transaksi pada Dewana Motor, sehingga memberikan dampak terhadap kepuasan pada pelanggan.

Tabel 2 Hasil Kuesioner Prasurvey Mengenai Kualitas Pelayanan

No.	Pertanyaan	Jawaban		Jumlah Peserta
		Ya	Tidak	
1.	Apakah karyawan javaban menanggapi keluhan dengan cepat?	80%	20%	79
2.	Apakah pelayanan yang diberikan Javaban sudah baik dan memuaskan?	86,7%	13,3%	79
3.	Apakah mekanik Javaban sudah berpengalaman?	100%	0	79
4.	Apakah Javaban memberikan garansi untuk pelanggan?	96,7%	3,3%	79
5.	Apakah javaban memberikan potongan harga yang menarik?	70%	30%	79

Sumber: Data Primer 2022

Dari pernyataan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa Terkait potongan harga perusahaan harus memberikan diskon kepada pelanggan yang sering menggunakan jasa perusahaan dan dengan kualitas pelayanan yang terjamin untuk mempertahankan pelanggan karena dengan memberikan kualitas pelayanan

yang baik akan memberikan kepuasan pada pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas, maka dilakukan penelitian untuk menganalisis sejauh mana harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan Bengkel Javaban Dunlop Cirendeus Tangerang Selatan. Hal tersebut menjadi latar belakang dalam melakukan penelitian dengan judul **“Kepuasan**

pelanggan dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan pada bengkel Javaban Dunlop Cirendeu”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan judul diatas maka penulis merumuskan masalah pada:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Javaban Dunlop Cirendeu Kota Tangerang Selatan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Javaban Dunlop Cirendeu Kota Tangerang Selatan?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Javaban Dunlop Cirendeu Kota Tangerang Selatan?

1.3 Tujuan Masalah

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Javaban Dunlop Cirendeu Kota Tangerang Selatan.
2. Untuk mengetahui Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Javaban Dunlop Cirendeu Kota Tangerang Selatan.
3. Untuk mengetahui Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Javaban Dunlop Cirendeu Kota Tangerang Selatan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Manajemen

Menurut James A.F. Stoner dalam Dr. Wendy Sepmady Hutahaean, S.E., M.Th. (2018: hal 3) manajemen ialah proses perencanaan, organisasi, kepemimpinan, dan pengawasan terhadap usaha-usaha anggota organisasi dan penggunaan semua sumber-sumber organisasi lainnya untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Menurut Sofjan Assauri (2013:12) dalam Angga Adi Saputra (2018:75)

Manajemen Pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan program-program yang disusun dalam pembentukan, pembangunan, dan pemeliharaan keuntungan dari pertukaran atau transaksi melalui sasaran pasar dengan harapan untuk mencapai tujuan organisasi (perusahaan). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu kegiatan merencanakan dan melaksanakan kegiatan penyaluran barang dan jasa, penentuan harga, promosi, kualitas produk serta mempertahankan kualitas pelayanan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013) dalam Yessi Yospita B (2020) Kepuasan diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen

Harga

Menurut Chairudin S, Jantje L.S, Sjendry L (2019) mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Kualitas Pelayanan

Gronroos (2001) dalam buku Arman Syah, S.T.M.M (2021:99) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai persepsi penilaian, yang berasal dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan ekspektasinya dengan layanan yang diterima

III. METODE PENELITIAN

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi secara parsial, uji koefisien determinasi secara simultan, uji korelasi Uji t dan Uji f. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 946 pelanggan. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang selalu menggunakan jasa jawaban dunlop sebanyak 95 yang didapatkan dengan menggunakan rumus slovin.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3

1. Uji Validitas Berdasarkan Harga

No	Indikator	Kuesioner	r Hitung	r Tabel	Keputusan
1	Keterjangkauan harga	Jasa service yang ditawarkan Jawaban Dunlop terjangkau	0.687	0.202	Valid
2		Harga produk yang ditawarkan masyarakat mampu membelinya.	0.847	0.202	Valid
3	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Kualitas produk yang ditawarkan Bengkel Jawaban Dunlop sudah sesuai dengan kualitas produk yang diberikannya.	0.818	0.202	Valid
4		Harga pada bengkel Jawaban Dunlop bervariasi sesuai dengan jenis produknya.	0.809	0.202	Valid
5	Daya saing harga	Harga yang diberikan Jawaban Dunlop lebih murah dibandingkan dengan bengkel lain.	0.813	0.202	Valid
6		Harga pada Bengkel Jawaban Dunlop dapat bersaing dengan produk sejenis.	0.749	0.202	Valid
7	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga sesuai dengan manfaat produk dan jasa yang dirasakan.	0.792	0.202	Valid
8		Harga pada Bengkel Jawaban Dunlop memiliki manfaat yang bagus.	0.792	0.202	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2023

Berdasarkan data pada tabel diatas, variabel harga (X_1) diperoleh nilai r hitung > r tabel (0.202), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

Tabel 4

Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kualitas Pelayanan

No	Indikator	Kuesioner	r Hitung	r Tabel	Keputusan
1	Bukti Langsung (Tangibles)	Lahan parkir yang luas dan ruang tunggu yang ber AC	0.828	0.202	Valid
2		Peralatan mesin pengganti sudah modern	0.824	0.202	Valid
3	Keandalan (Reliability)	Karyawan Javaban Dunlop menanggapi keluhan dengan cepat.	0.855	0.202	Valid
4		Mekamk pada javaban Dunlop sudah berpengalaman.	0.866	0.202	Valid
5	Daya Tanggap (Responsive)	Karyawan javaban Dunlop cepat dalam memberikan layanan.	0.741	0.202	Valid
6		Karyawan javaban dunlop paham dalam menjelaskan informasi produknya	0.830	0.202	Valid
7	Jaminan (Assurance)	Manajemen javaban menjamin kualitas yang diberikan sudah baik.	0.808	0.202	Valid
8		Javaban Dunlop memberikan garansi atas produk yang dibelinya.	0.782	0.202	Valid
9	Memahami Keinginan Pelanggan (Empathy)	Javaban Dunlop menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan.	0.725	0.202	Valid
10		Javaban Dunlop memberikan prioritas	0.832	0.202	Valid

Sumber : Data olah peneliti, 2023

Berdasarkan data pada tabel diatas, variabel kualitas pelayanan (X_2) diperoleh nilai r hitung $>$ r tabel (0.202), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

Tabel 5
Uji Validitas Berdasarkan Kepuasan Pelanggan

No	Indikator	Kuesioner	r Hitung	r Tabel	Keputusan
1	Harapan Konsumen Yang Terpenuhi	Javaban Dunlop sudah memberikan pelayanan dengan baik	0.817	0.202	Valid
2		Kualitas produk yang diharapkan sudah memuaskan	0.865	0.202	Valid
3	Minat Berkunjung Kembali	Saya berminat untuk berkunjung kembali karena kualitas yang diberikan Javaban Dunlop memuaskan.	0.896	0.202	Valid
4		Saya berminat berkunjung kembali karena pelayanan di Javaban Dunlop sudah baik	0.887	0.202	Valid
5	Kesediaan Merekomendasikan	Saya akan merekomendasikan Javaban Dunlop kepada sahabat	0.817	0.202	Valid
6		Saya dengan senang hati memberikan informasi kepada kerabat mengenai javaban Dunlop.	0.904	0.202	Valid

Sumber., Data olah peneliti, 2023

Berdasarkan data pada tabel diatas, variabel kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai r hitung $>$ r tabel (0.202), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 5

No	Variabel	Cronbath Alpha	Standar Cronbath Alpha	Keputusan
1	Harga (X_1)	0.913	0.600	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan (X_2)	0.941	0.600	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	0.931	0.600	Reliabel

Sumber : Data olah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, menunjukkan bahwa variabel harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan kepuasan pelanggan (Y) dinyatakan reliabel, hal itu dibuktikan dengan masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbath Alpha* lebih besar dari 0.600.

3. Uji Asumsi Klasik

Tabel 6

Uji Normalitas Menggunakan Kolmogorov-Simornov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Kepuasan Pelanggan		
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	22.2737
	Std. Deviation	5.81349
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.133
	Positive	.092
	Negative	-.133
Test Statistic		.133
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.085
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber., Data olah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi $0,065 > 0,05$. Dengan demikian maka asumsi distribusi persamaan pada uji ini adalah berdistribusi normal.

4. Uji Multikolinieritas

Tabel 7

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk meyakini bahwa antar variabel bebas tidak memiliki multikolinieritas atau tidak memiliki hubungan korelasi antara variabel *independen*.

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-3.293	1.389		-2.371	.020	
	Harga	.102	.094	.109	1.085	.281	213
	Kualitas Pelayanan	.577	.073	.797	7.901	.000	213

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai *tolerance* variabel harga sebesar 0,213 dan kualitas layanan sebesar 0,213, dimana kedua nilai tersebut kurang dari 1, dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) variabel harga sebesar 4,699 serta variabel kualitas layanan sebesar 4,699 dimana nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini tidak ada gangguan multikolinieritas.

5. Uji Autokorelasi

Tabel 8
Hasil Uji Autokorelasi dengan Durbin- Watson

Model	Model Summary ^b				Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	R	R Square	Adjusted R Square			
1	.895 ^a	.801	.797	2.02121	1.429	

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data olah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, model regresi ini tanpa kesimpulan yang bisa diartikan tidak ada gangguan autokorelasi, hal ini dibuktikan

dengan nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,429 yang berada diantara *interval* 1.100 – 1.550.

6. Uji Heteroskedastisitas

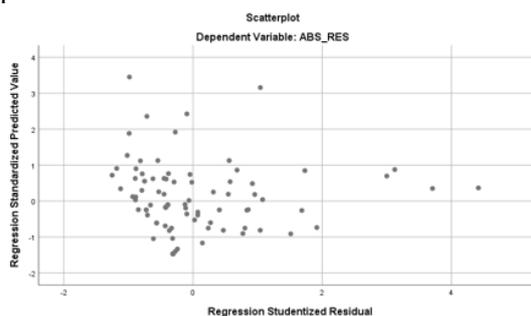
Tabel 9
Hasil Uji Heteroskedastisitas Berdasarkan Uji-Glejser

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.		
1	(Constant)	4.889	.941		5.173	.000
	Harga	-.042	.084	-.139	-.851	.517
	Kualitas Pelayanan	-.048	.050	-.199	-.934	.353

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, *glejser test model* pada variabel harga (X_1) diperoleh nilai *probability* signifikasi (Sig) sebesar 0,517 dan kualitas pelayanan (X_2) diperoleh nilai *probability* signifikasi (Sig) sebesar 0,353 dimana keduanya nilai signifikasi (Sig) > 0,05. Dengan demikian *regression model* pada data ini tidak ada gangguan *heteroskedastisitas*, sehingga model regresi ini layak dipakai sebagai data penelitian.



Grafik Scatter Plot Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil gambar di atas, titik-titik pada grafik *scatterplot* tidak mempunyai pola penyebaran yang jelas atau tidak membentuk pola-pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terdapat gangguan heteroskedastisitas pada

model regresi sehingga model regresi ini layak dipakai.

7. Analisis Koefisien Korelasi (r)

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan antara variabel *independen* dan variabel *dependen*. Hasil pengolahan data sebagai berikut :

Tabel 10
Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Secara Parsial Antara Variabel Harga (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

		Correlations	
		Harga	Kepuasan Pelanggan
Harga	Pearson Correlation	1	.816**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	95	95
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.816**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	95	95

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
Sumber : Data olah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai *koefisien korelasi* sebesar 0,816 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,81 – 0,100 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang positif kuat dengan derajat hubungan korelasi sempurna Uji parsial atau individual digunakan untuk mengetahui apakah satu atau lebih *independence variable* dan pengaruhnya terhadap *dependence variabel*. Pertimbangannya melihat berdasarkan nilai probabilitas dan nilai signifikansinya, dengan kondisi (1) Jika nilai signifikansi lebih besar daripada 0,05; maka Ho diterima dan Ha ditolak, dan (2) Jika nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05; maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Tabel 11
Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Secara Parsial Antara Variabel

Kualitas Layanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

		Correlations	
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.894**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	95	95
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.894**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	95	95

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
Sumber : Data olah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai *koefisien korelasi* sebesar 0,894 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,81 – 0,100 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang positif kuat dengan derajat hubungan korelasi sempurna.

Tabel 12
Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Secara Simultan Antara Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics			Sig. F Change		
				R Square	F Change	Sig. F Change			
1	.895 ^a	.801	.797	2.62121	.801	185.189	2	.02	.000

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

Sumber : Data olah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai *koefisien korelasi* sebesar 0,895 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,81 – 0,100 artinya semua variabel memiliki tingkat hubungan yang positif kuat dengan derajat hubungan korelasi sempurna.

8. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui presentase pengaruh antara variabel *independen*

terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan.

Tabel 13
Hasil Pengujian Koefisien
Determinasi Secara Parsial Variabel
Harga(X1) Terhadap Kepuasan
Pelanggan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.895 ^a	.801	.797	2.82121

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

Sumber: Data olah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,801 maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan berkontribusi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 80,1% sedangkan sisanya sebesar (100-80,1%) = 19,9% dipengaruhi faktor lain.

9. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Pengujian hipotesis variabel harga (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dilakukan dengan uji t (uji secara parsial). Dalam penelitian ini digunakan kriteria signifikansi 5% (0,05) dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika nilai ρ value > Sig.0,05 : berarti H₀ diterima dan H₁ ditolak
- Jika nilai ρ value < Sig.0,05 : berarti H₀ ditolak dan H₁ diterima
- Jika nilai t hitung < t tabel : berarti H₀ diterima dan H₁ ditolak
- Jika nilai t hitung > t tabel : berarti H₀ ditolak
- dan H₁ diterima

Adapun untuk menentukan besarnya t tabel dicari dengan menggunakan rumus berikut ini :

t tabel = ta.df (Taraf Alpha X Degree of Freedom)

a = tarif nyata 5%

df = (n-k), maka diperoleh (95-3) = 92, maka t tabel = 1,986

Kriteria signifikan jika nilai ρ value < Sig.0,05. Adapun hasil pengujian hipotesis sebagai berikut :

Tabel 14
Hasil Uji Hipotesis Variabel Harga
(X1) Terhadap Kepuasan
Pelanggan(Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	-1.159	1.755		-0.661	.511
	Harga	.762	.066	.816	13.619	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data olah peneliti, 2022

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai T hitung > T tabel (13,619 > 1,986), ρ value < Sig.0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Jawaban Dunlop Cirendeu Kota Tangerang Selatan.

Tabel 15
Hasil Uji Hipotesis Berdasarkan
Variabel Kualitas Pelayanan (X2)
Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	-2.884	1.338		-2.156	.034
	Kualitas Pelayanan	.647	.034	.894	19.198	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data olah peneliti, 2022

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai T hitung $>$ T tabel ($19,196 > 1,986$), ρ value $<$ Sig.0,05 atau ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Javaban Dunlop Cirendeu Kota Tangerang Selatan.

10. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji pengaruh secara bersama atau simultan, dengan kata lain Uji F menjelaskan ada atau tidaknya signifikansi hasil analisis regresi. Disini digunakan signifikansi 5% atau 0,05; dimana jika nilai sig. lebih besar daripada 0,05 maka H_0 ditolak dan H_3 diterima.

Untuk menentukan besarnya F tabel dicari dengan ketentuan :

$Df = (n-k)$, maka diperoleh $(95-3) = 92$, jadi F tabel 2,700

Tabel 16
Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Antara Variabel Harga(X1), Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2115.899	1	2115.899	185.468	.000 ^b
	Residual	1080.985	93	11.408		
	Total	3178.884	94			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga

Sumber: Data olah peneliti, 2022

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $F_{hitung} >$ F tabel atau ($185,468 > 2,700$) ρ value $<$ Sig.0,05 atau ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan

antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Javaban Dunlop Cirendeu Kota Tangerang Selatan.

V. KESIMPULAN & SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang positif kuat. Hal ini berdasarkan hasil uji regresi yang diperoleh persamaan regresi $Y = -1,159 + X_1 0,762$ dan diperoleh hasil uji hipotesis nilai T hitung $>$ T tabel ($12,945 > 1,986$), ρ value $<$ Sig.0,05 atau ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Javaban Dunlop Cirendeu Kota Tangerang Selatan.

2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang positif kuat. Hal ini berdasarkan hasil uji regresi yang diperoleh persamaan regresi $Y = -2,884 + X_2 0,647$ dan diperoleh hasil uji hipotesis nilai T hitung $>$ T tabel ($10,269 > 1,986$), ρ value $<$ Sig.0,05 atau ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Javaban Dunlop Cirendeu Kota Tangerang Selatan.

Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berdasarkan hasil uji regresi yang diperoleh persamaan $Y = -3,293 + X_1 = 0,102 + X_2 = 0,577$ dan diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(185,468 > 2,700)$ ρ value $< Sig.0,05$ atau $(0,000 < 0,05)$ dan diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,895 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,81 – 0,100 artinya variabel harga dan kualitas pelayanan mempunyai tingkat hubungan yang positif kuat terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Javaban Dunlop Cirendeudeu Kota Tangerang Selatan

B. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan – keterbatasan dalam penelitian ini yaitu :

1. Ruang lingkup yang digunakan dalam penelitian ini hanya pada satu perusahaan yang ruang lingkungnya tidak terlalu besar dan luas, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan kepada populasi yang lebih luas.
2. Dalam penelitian ini data yang dihasilkan hanya dari instrumen kuesoner yang didasarkan pada persepsi jawaban responden sehingga kesimpulan yang diambil berdasarkan data yang dikumpulkan melalui penggunaan instrumen kuesoner
3. Penulis menyadari bahwa waktu dalam penelitian ini sangat terbatas karena kesibukan lain yang menyita waktu sehingga peneliti tidak bisa mendapatkan hasil yang maksimal.

C. Saran

Berdasarkan pada hasil kesimpulan di atas sebagai hasil penelitian, maka penulis memberikan sebagai berikut :

1. Pada indikator harga point nomor 3, masih ada 3 orang yang STS “Sangat Tidak Setuju”, Pada pernyataan kualitas produk yang ditawarkan Bengkel Javaban Dunlop sudah sesuai dengan kualitas produk yang diberikannya, dengan skor 3,78. Untuk bisa lebih baik lagi perusahaan harus meningkatkan kualitas produknya. Karena kualitas yang baik akan berdampak pada penjualan produk javaban dunlop.
2. Pada indikator harga pernyataan yang paling lemah point nomor 5, masih ada 3 orang yang STS “Sangat Tidak Setuju”, Pada pernyataan harga jasa yang diberikan Javaban Dunlop lebih murah dibandingkan dengan bengkel lain, dengan skor hanya sebesar 3,63. Diharapkan kepada Bengkel Javaban Dunlop Cirendeudeu Kota Tangerang Selatan harga jasa perlu disesuaikan kembali dengan kebutuhan pelanggan serta menyesuaikan harga yang dapat dijangkau masyarakat
3. Pada indikator kualitas pelayanan point nomor 1, masih ada orang yang STS “Sangat Tidak Setuju” pada pernyataan lahan parkir yang luas dan ruang tunggu yang ber AC, dengan skor 3,82. Disarankan kepada bengkel Javaban Dunlop untuk memberikan lahan parkir yang lebih memadai lagi, agar pelanggan merasa nyaman dengan fasilitas yang ada.
4. Pada indikator kualitas pelayanan, pernyataan yang paling lemah ada pada point nomor 6 yaitu karyawan javaban paham dalam memberikan informasi produknya, dengan skor hanya sebesar 3,72. Untuk itu perusahaan perlu memberikan pelatihan yang lebih baik lagi kepada karyawannya agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada pelanggan.

5. Pada indikator kepuasan pelanggan, pernyataan yang paling lemah adalah nomor 3 yaitu saya berminat berkunjung kembali karena kualitas yang diberikan jawaban Dunlop memuaskan, dimana hanya mendapat skor 3,61. Untuk lebih baik lagi perusahaan harus memperluas promosi diberbagai media social untuk memperkuat kepercayaan pelanggan bahwa produk yang dimiliki jawaban mempunyai kualitas yang bagus.

6. Pada indikator kepuasan pelanggan point nomor 5, masih ada 8 orang yang STS "Sangat Tidak Setuju" pada pernyataan "saya akan merekomendasikan Jawaban Dunlop kepada sahabat" dengan skor 3.80. dan pada point nomor 6 juga masih ada orang yang STS "Sangat Tidak Setuju" pada pernyataan "saya dengan senang hati memberikan informasi kepada kerabat atau orang lain mengenai jawaban dunlop" dengan skor 3,78. Maka disarankan perusahaan untuk lebih baik lagi dalam pelayanan yang diberikan, perusahaan juga harus menambahkan produk suku cadang yang bervariasi untuk menarik minat pelanggan dan dengan harga yang dapat bersaing di pasar, yang akan menimbulkan kepuasan tersendiri bagi pelanggan sehingga pelanggan akan membantu mempromosikan jawaban kepada kerabat dekatnya melalui pemasaran mulut ke mulut.

DAFTAR PUSTAKA

Algifari. (2015). *Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE.

Aprilliani, S., Supriyatna, W., & Solihin, D. Pelatihan Meningkatkan Jiwa Berwirausaha pada Santri Ponpes Mathla'ul Hidayah Cisauk. *Dedikasi PKM*, 4(2), 174-179.

Armaniah, H., Marthanti, A. S., & Yusuf, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahas Honda Tangerang. *Penelitian Ilmu Manajemen*, 2(2), 2614-3747.

Arfin, I. (2022). *Teori Permintaan dan Penawaran* (No. 79yc6). *Center for Open Science*.

Amalia, A. F., & Pasaribu, V. L. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Pasien Klinik Jakarta Dental Project. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(9), 13703-13726.

Darmawan, M. F., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Kopi Melati Ciputat. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1106-1117.

Erpan, A. A., & Pasaribu, V. L. D. Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Minyak Goreng 1 Liter pada Indomaret Babakan Pocis Fzc6 Parung Bogor. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, 3(1), 90-103.

Hasan, M. A., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Jakmart di PD. Pasar Jaya Kendari. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1158-1174.

- Fernando, J., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Pintu Kamar Mandi PVC terhadap Keputusan Pembelian pada PD. Amin Makmur Sejati di Pondok Kacang Timur. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 696-706.
- Haryoko, U. B., Pasaribu, V. L. D., & Ardiyansyah, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1).
- Mulyadi, M., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT Lautan Berlian Utama Motor Jakarta Barat. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 147-154.
- Qurbani, D., & Pasaribu, V. L. D. (2019). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Nasabah Prudential Syariah pada PT. Futuristik Artha Gemilang (Studi kasus di kantor cabang agensi Prudential Syariah PT. Futuristik Artha Gemilang Jakarta Selatan). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 121-135.
- Pasaribu, V. L. D. (2023). The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction (CV. Herina Catering). *International Journal of Integrative Sciences*, 2(8), 1223-1238.
- Pasaribu, V. L. D., Septiani, F., Rahayu, S., Lismiatun, L., Arief, M., Juanda, A., ... & Rahim, R. (2021). Forecast Analysis of Gross Regional Domestic Product based on the Linear Regression Algorithm Technique. *TEM Journal*, 10(2), 620-626.
- Pasaribu, V. L. D., & Haryoko, U. B. (2023). Analysis of the Effect of Customer Satisfaction of Internet Service Providers Using Structural Equation Modeling. *International Journal of Integrative Sciences*, 2(9), 1445-1458.
- PASARIBU, V. L. D. (2015). ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN DESAIN KEMASAN TERHADAP PERSEPSI MEREK YANG BERDAMPAK KEPADA KEPUTUSAN PEMBELIAN HAND AND BODY LOTION MEREK VASELINE. *Sumber*, 130771(1,160,097,156), 1-22.
- Pasaribu, V. L. D. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran De'Cost Giant Pamulang Square Tangerang Selatan. *Manajerial: Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi*, 19(2), 156-167.
- Pasaribu, V. L. D. (2018). Analisis Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Hand And Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus Carrefour

- Pamulang, Tangerang Selatan). *J. Pemasar. Kompetitif*, 1(4), 77-92.
- Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37-49.
- Pasaribu, V. D., & Prayoga, M. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Baju Batik Hem Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Home Industri Batik Sahara Indah. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 77-83.
- Pasaribu, V. L. D., & Setiawan, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Optik Sejahtera Depok. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 155-163.
- Pasaribu, V. L. D., & Husein, M. A. (2024). The Influence of Product Quality and Prices on Government Brand Products (Foodstation) on Purchasing Decisions at Jakmart Pasar Jaya Cikini. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(4), 199-210.
- Septiani, F., Pasaribu, V. L. D., Elburdah, R. P., & Rahayu, S. (2023). The Marketing Strategy of Saving and Loan Cooperatives in South Tangerang: the Use of SWOT Analysis. *International Journal of Integrative Sciences*, 2(9), 1479-1490.
- Situmorang, D. H., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Dujouexcloset. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1360-1372.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Bps.Go.Id*. Retrieved Desember 9, 2022, From Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit), 2021-2022 : <https://www.bps.go.id/Indikator/17/57/1/Jumlah-KendaraanBermotor.Html>
- Barus, Y. Y., Sinaga, R. V., & Sagala, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (studi kasus pada Milala Service Station Medan). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 141-150.
- Dai, K. E., Kalangi, J. A., & Rogahang, J. J. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Service PT. Kumala Cemerlang Abadi (Wuling Motors) Malalayang. *Productivity*, 3(2), 102-106.
- Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghazali, I. (2017) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi kelima*. Badan Penerbit Undip.
- Hutahaean, Dr. W, S, S.E., M.Th. (2018). *Dasar Manajemen*. Malang: Ahlimedia Press
- Haryoko, U. B., Pasaribu, V. L. D., & Ardiyansyah, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1).
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1).
- Marpaung, H., & Samosir, A. A. (2022). PENGARUH HARGA DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI GERAJ BFC FRIED CHICKEN MUTIARA KISARAN. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains (MES)*, 3(2), 17-25.
- Poniman, B., Choerudin, A. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish
- Purwanto, H. (2020). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 65-74.
- Susiladewi, S. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Café Kupi Datu Banjarbaru. *AL-KALAM: JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 7(2), 45-64.
- Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20-32.
- Saputra, A. A. (2018). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 3(2), 72-89.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang BSD Tangerang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 7-13.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa – prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: C.V Andi Offset (Penerbit Andi)

Umami, R., & Sumartik, S. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 15(2), 250-257.

William, W., & Purba, T. (2020). Kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel mazda di kota batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(1).

Wulandari, R. (2020). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Pegawai Terhadap Keputusan Pembelian Di Pusat Perbelanjaan. *IQTISHADequity jurnal MANAJEMEN*, 2(1).

Widodo, S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ahad Mart Cinere. *Jurnal Pemasara Kompetitif*, 1(3), 1-13.

Wijaya, R. A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di Kafe One Eighteenth, Siwalankerto–Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 11.