

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL AGUS MOTOR INDRAMAYU JAWA BARAT

Wildan Hadi¹, Suworo²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: ¹wildanhadi110601@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: ²dosen01715@unpam.ac.id

Abstract

This study aims to (1) To determine the effect of service quality on customer satisfaction at the Agus Motor Workshop in Indramayu, West Java, (2) To determine the effect of price on customer satisfaction at the Agus Motor Workshop in Indramayu, West Java, (3) To determine the effect of service quality and price simultaneously on customer satisfaction at the Agus Motor Workshop in Indramayu, West Java. The research method used is a quantitative research type. The population in this study were customers who repaired motorbikes at the Agus Motor Workshop in Indramayu, West Java in 2022, which amounted to 7,989 customers, then from this population 99 samples were taken as respondents in this study. The data sources in the study are primary data through surveys, interviews, and questionnaires and secondary data in the form of library studies and documentation. The data analysis methods used in this study consisted of descriptive analysis, validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, autocorrelation test, heteroscedasticity test, and hypothesis test through multiple linear regression, correlation test, determination test, t test and f test. The results of this study are (1) There is a positive and significant influence between service quality and customer satisfaction at Agus Motor Workshop Indramayu West Java, this is evidenced by the simple linear regression equation $Y = 3.169 + 0.488 X_1$. (2) There is a positive and significant influence between price and customer satisfaction at Agus Motor Workshop Indramayu West Java, this can be evidenced by the simple linear regression equation $Y = 4.020 + 0.592 X_2$. (3) Simultaneously there is a positive and significant influence between service quality and price on customer satisfaction at Agus Motor Workshop Indramayu West Java, this can be evidenced by the multiple linear regression equation $Y = 1.340, 0, 281 X_1 + 0.339 X_2$. obtained the value of F or (108.779 > 3.091), this is also reinforced by the value - Sig 0.05 or (0.000 < 0.05). Thus, H_0 is rejected and H_a is accepted, this shows that there is a positive and significant influence simultaneously between Service Quality and Price simultaneously on Customer Satisfaction at Agus Motor Workshop Indramayu West Java

Keywords: Service Quality, Price, and Customer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Untuk mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Agus Motor Indramayu Jawa Barat, (2) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Agus Motor Indramayu Jawa Barat, (3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Agus Motor Indramayu Jawa Barat. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif.

Populasi pada penelitian ini yaitu pelanggan yang memperbaiki sepeda motor di Bengkel Agus Motor Indramayu Jawa Barat pada tahun 2022 yang sebanyak 7.989 pelanggan kemudian dari populasi tersebut diambil sebanyak 99 sampel yang di jadikan responden pada penelitian ini. Sumber data dalam penelitian adalah data primer melalui survei, wawancara, dan kuisioner dan data sekunder yang berupa studi kepustakaan dan dokumentasi. Metode analisis data yang dilakukan pada penelitian terdiri dari analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, serta uji hipotesis melalui regresi linier berganda, uji korelasi, uji determinasi, uji t dan uji f. Hasil penelitian ini adalah (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Agus Motor Indramayu Jawa Barat hal tersebut dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana $Y = 3.169 + 0,488 X_1$. (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dan kepuasan pelanggan pada Bengkel Agus Motor Indramayu Jawa Barat hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana $Y = 4.020 + 0,592 X_2$. (3) secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Agus Motor Indramayu Jawa Barat hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier berganda $Y = 1.340, 0, 281 X_1 + 0,339 X_2$. diperoleh nilai F atau $(108.779 > 3.091)$, hal ini juga diperkuat dengan value – Sig 0.05 atau $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Agus Motor Indramayu Jawa Barat

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan

1. PENDAHULUAN

Perkembangan era globalisasi saat ini telah mengalami kemajuan yang pesat berkat perkembangan teknologi, informasi, dan transportasi. Dampak dari fenomena ini adalah meningkatnya persaingan di dunia bisnis, terutama dalam sektor jasa. Dalam situasi ini, setiap perusahaan dihadapkan pada tuntutan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif guna menghadapi pesaing, terutama dalam sektor jasa yang sama. Inilah yang mendorong perusahaan-perusahaan untuk secara terus-menerus Membangun keunggulan kompetitif untuk bersaing secara berkelanjutan dengan perusahaan lain dalam industri yang sama. Untuk mencapai tujuan ini, perusahaan perlu memusatkan perhatian pada penyediaan produk atau layanan berkualitas tinggi serta memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, yang diharapkan akan berkontribusi positif terhadap perkembangan perusahaan. Dalam era modern yang terus berkembang ini, kesuksesan dan profitabilitas perusahaan, termasuk UMKM, sangat ditentukan oleh kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Kualitas pelayanan menjadi tolak ukur konsumen terhadap tingkat pelayanan yang mereka terima

dibandingkan dengan harapan mereka. (expected service).

Pertumbuhan industri otomotif terus meningkat setiap tahunnya. Sepeda motor, sebagai salah satu jenis kendaraan roda dua, telah menjadi kebutuhan esensial bagi banyak individu, terutama di kalangan masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah ke bawah. Hal ini tercermin dari lonjakan yang signifikan dalam pembelian baik motor baru maupun bekas tiap tahun. Jumlah pengguna kendaraan roda dua terus bertambah tanpa terkendali, yang mengakibatkan timbulnya masalah-masalah yang semakin kompleks. Contohnya adalah kemacetan lalu lintas yang semakin parah, keterlambatan dalam pembangunan infrastruktur jalan yang tidak mampu menangani jumlah kendaraan yang terus bertambah, dan peningkatan angka kecelakaan di jalan raya.

Untuk melacak perkembangan penjualan sepeda motor tiap tahunnya, data yang disajikan berupa grafik yang memperlihatkan volume penjualan sepeda motor dari tahun 2013 hingga tahun 2023.



Sumber : Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI)

Gambar 1.1 Grafik Penjualan Sepeda Motor

Pada gambar di atas, terlihat bahwa penjualan sepeda motor dalam negeri mengalami peningkatan yang konsisten setiap tahun dari tahun 2020 hingga 2023. Industri otomotif juga membutuhkan keberadaan jaringan bengkel baik yang bersifat umum maupun resmi sebagai bagian dari layanan pelanggan, memberikan kemudahan bagi pemilik kendaraan yang mengalami kendala. Dampaknya, persaingan dalam industri tersebut menjadi semakin ketat dan sulit diprediksi. Kondisi ini mendorong setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif dalam operasinya agar dapat terus bersaing secara berkelanjutan dengan perusahaan lain di sektor yang sama.

Seiring berjalan waktu, jumlah pengusaha di sektor layanan bengkel di Kabupaten Indramayu, khususnya di kecamatan Arahau, mengalami pertumbuhan yang pesat. Mereka menyajikan berbagai variasi harga dan fasilitas yang berbeda-beda, memberikan banyak pilihan kepada konsumen untuk memilih layanan bengkel yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Persaingan yang semakin ketat ini mendorong para pengusaha untuk lebih berdedikasi dalam memastikan kepuasan pelanggan. Kepuasan tersebut dapat dicapai dengan memberikan layanan yang berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau.

Menurut Tjiptono (2019:123) menyatakan “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipresepsikan dan ekspektasinya”. Kepuasan pelanggan dapat di rasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang atau jasa dari Perusahaan dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan itu sendiri terbentuk melalui

pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang atau jasa. Perusahaan yang menginginkan keunggulan dalam persaingan sudah pasti harus memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggannya.

Guna mengetahui perkembangan jumlah pelanggan pada Bengkel Agus Motor, berikut di sajikan data jumlah pelanggan dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2022.

Tabel 1.1
 Data Jumlah Pelanggan Agus Motor Tahun 2020-2022

Tahun	Jumlah Pelanggan
2020	8.928
2021	8.681
2022	7.989
Jumlah	25.598

Sumber: Agus motor, tahun 2024.

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa bengkel Agus Motor mengalami penurunan jumlah pelanggan dari tiga tahun terakhir mulai dari 2020-2022. Penurunan pelanggan yang Paling besar terjadi pada tahun 2022 yang di akibatkan oleh hal-hal lain.

Kualitas pelayanan mengacu pada upaya untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan dengan cara yang sesuai sehingga dapat memenuhi harapan dan kepuasan mereka. Menurut Kotler dalam jurnal Ahmad zikri, dkk (2022:924), kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. Menurut Goesth dan Davis dalam jurnal Ahmad zikri, dkk (2022:924) mendefinisikan kualitas Pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk atau jasa, manusia, proses, lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen.

Menurut pendapat saya, kualitas pelayanan yaitu tingkat kepuasan yang dirasakan oleh individu seseorang terhadap produk atau jasa karena kesesuaian dengan harapan dan preferensinya.

Berikut ini tabel data keluhan dari pelanggan berdasarkan dari kotak saran yang ada pada Bengkel Agus Motor Indramayu Jawa Barat pada tahun 2020-2024.

Tabel 1. 2
 Data keluhan Pelanggan Terkait Kualitas Pelayanan pada Bengkel Agus Motor tahun 2020-2022

No.	Jenis Keluhan	2020	2021	2022
1.	Kelengkapan peralatan bengkel	20	20	25
2.	Ketersediaan suku cadang	15	23	25
3.	Kemampuan mekanik dalam menservis motor	15	17	18
4.	Kecepatan mekanik dalam menservis motor	6	12	28
	Jumlah	41	72	96

Sumber: Agus Motor, tahun 2024.

Berdasarkan tabel di atas terdapat bebarapa jumlah komplain dari pelanggan pada tahun 2020-2022 terus mengalami peningkatan, dimana pada tahun 2022 mengalami peningkatan terutama pada tabel no.4 jumlah komplain yang menyatakan “kecepatan mekanik dalam menservis motor” meningkat di angka 28. Hal ini yang akan berdampak pada tidak kembalinya pelanggan untuk melakukan servis pada kendaraan motornya di bengkel ini.

Harga yaitu sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh pembeli kepada penjual untuk memperoleh barang atau jasa yang diinginkannya. Oleh karena itu, harga biasanya ditentukan oleh penjual atau penyedia layanan karena fleksibilitasnya yang memungkinkan untuk disesuaikan dengan waktu dan lokasi. Menurut Kotler dalam jurnal Saputra, dkk (2023:69) “Harga adalah sejumlah uang yang harus dibebankan terhadap suatu produk atau layanan jasa”. Menurut Zulkarnaen dalam jurnal Satdiah, dkk (2023:26) “Harga merupakan nilai uang harus dibayarkan atas pelanggan terhadap penjual dan pembeli barang yang dibelinya”.

Berikut ini adalah tabel perbandingan harga jasa servis sepeda motor pada bengkel Agus motor dengan beberapa kompetitor berdasarkan survey yang di lakukan oleh peneliti dengan mewawancarai secara langsung kepada owner bengkel tersebut.

Tabel 1. 3
 Tabel Perbandingan Harga Jasa Servis bengkel Agus Motor dengan Kompetitor

No.	Jenis servis	Agus Motor		
		Harga Produk	Jasa servis	Total
1.	Ganti oli matic	57.000	10.000	67.000
2.	Oli gardan	15.000	10.000	25.000
3.	Tune Up Matic		85.000	85.000
4.	Pembersihan CVT			40.000
5.	Servis Karburator/Throttle Body			30.000
6.	Penggantian busi Honda original	20.000	10.000	30.000
7.	Infus Injector		40.000	40.000
		Telaten Motor		
		Harga produk	Jasa servis	Total
1	Ganti oli matic	57.000	8.000	65.000
2	Oli gardan	15.000	5.000	20.000
3	Tune Up Matic		80.000	80.000
4	Pembersihan CVT		35.000	35.000
5	Servis Karburator/Throttle body		35.000	35.000
6	Penggantian busi Honda original	20.000	3.000	23.000
7	Infus Injector		40.000	40.000
		Tiun speed		
		Harga produk	Jasa servis	Total
1	Ganti oli matic	57.000	8.000	65.000
2	Oli gardan	15.000	5.000	20.000
3	Tune Up Matic		75.000	75.000
4	Pe,bersihan CVT		30.000	30.000
5	Servis Karburator/Throttle body		35.000	35.000
6	Penggantian busi Honda original	20.000	5.000	25.000
7	Infus Injector		40.000	40.000

Sumber: Agus Motor, Telaten Motor, dan Tiun Speed, tahun 2024.

Dari data tabel perbandingan harga servis di atas dapat di simpulkan bahwa Bengkel Agus motor masih memberikan harga kepada konsumen lebih mahal di bandingkan dengan kompetitor bengkel lainnya hal ini mungkin di pengaruhi bebrapa faktor.

Berdasarkan masalah di atas sangat jelas bahwa kepuasan pelanggan sangat di pengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga yang terjangkau. Secara sederhana bahwa kepuasan dan pelayanan adalah alat pemasaran utama bagi organisasi dalam menciptakan rantai pemasaran terintegritas dengan semua konsumen.

2. PENELITIAN YANG TERKAIT

Hendy Tannady, yohanes Totok Suyoto, Edi Purwanto, Andhika Ibnu Nugroho/Jurnal kewarganegaraan/Vol.6 No.2 september 2022 p-ISSN:1978-0184-E ISSN:2723-2328 Pengaruh kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan First media di pondok Aren Tangerang Selatan.Kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan. Hal ini ditunjukkan pada hasil uji simultan (uji f) yang memiliki hasil nilai sig. signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0.05 dan nilai fhitung sebesar 471,237 lebih besar dari f tabel yaitu sebesar 3,04.

Reza Nurul Ichsan, Lukman Nasution/Journal of Education, Humaniora and

Social Sciences (JEHSS)/Vol.4 No.3, Februari 2022 ISSN 2622-3740(online) Pengaruh kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Kurnia Aneka Gemilang Tanjung Morawa Hasil penelitian ini dapat di jelaskan menurut responden melakukan pembelian ulang terhadap produk Perusahaan,yaitu 16% sangat setuju di tambah 46,67% setuju dari semua responden

Riki Chairul Amri , W Lidiya, Safriansyah Universitas Bina Insan Lubuklinggau Vol. 27, No. 2 Agustus 2022 p-ISSN : 1693- 4768, e-ISSN : 2656-8861 Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grosir SembakoToko Ada Harapan Hasil analisis regresi berganda dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X1) dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,007 dan harga (X2) dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,034

Febriza Ninda Wahyono, Redy Adhi Saputra, SE., MM STIE Tri Bhakti Bekasi Vol. 5 No. 2 (2023) ISSN : 2656 – 1298 Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warbon Kopi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dari Warbon Coffee.

Rukmawaty Muta'al, Ade Ariswildani A STAI DDI Pangkep, Sulawesi Selatan Vol. 1 No. 1 (2023) P-ISSN: 2986- 6790, e-ISSN: 2986-6782 Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Mulia Jaya Tondongkura Kecamatan Tondong Tallasa Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Toko Mulia Jaya Tondongkura Kecamatan Tondong Tallasa Kabupaten Pangkep.

Brigitte Tombeng Ferdy Roring Farlane Rumokoy Universitas Sam Ratulangi Manado Vol.7 No.1 Januari 2019, Hal. 891 – 900 ISSN 2303-1174 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Pengaruh

Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado.

Ariani Mayasari Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja Vol. 4 No. 1, Bulan April Tahun 2022 P-ISSN: 2685- 5526 Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. Hasil penelitian menunjukkan Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa.

Rochmad Fadjar Darmanto, Anik Ariyanti Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta Vol. 22 No. 01 – APR 2020 p-ISSN 1411- 710X e-ISSN 2620-388X Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Boedjangan Bintara. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan suasana berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bakso Boedjangan Bintara.

Adam Ramadhan, Dede Solihin/ Cakrawala Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis/ Volume 1, number 1, Maret. 2024, pp. 19-26 P-ISSN: 3046-9910, E-ISSN: 3046-8884. Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Pt. sumber Alfaria Trijaya Tbk Hasil pengujian regresi untuk hipotesis ketiga ditemukan bahwa promosi dan kualitas pelayanan secara Bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelanggan pada pt. sumber alfaria trijaya Tbk. Sehingga dapat dikatakan bahwa adanya dampak yang baik dari kualitas pelayanan dan promosi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada pt.sumber alfaria trijaya tbk.

Febriana Putri Latif/ Citra Ekonomika: Jurnal Ilmu Ekonomi/p-ISSN:1978-3612, e-ISSN: 2775-33228/ Vol.16(2) Oktober 2022 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Dimsum Ratu Tulungagung Kualitas Pelayanan dan harga secara Bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimsum ratu Tulungagung.

3. METODE PENELITIAN

a. Uji Instrumen Data

Analisis data ini dilakukan setelah data diperoleh dari sampel melalui instrumen, dan

akan digunakan untuk menjawab masalah dalam penelitian atau untuk menguji hipotesis yang diajukan.

1) Uji Validitas

Sugiyono (2019) menyatakan suatu skala atau instrumen pengukuran dapat dikatakan valid apabila alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa saja yang diukur. Jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ maka instrumen dikatakan valid. Jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ maka instrumen dikatakan tidak valid. Adapun rumus yang digunakan dalam melakukan pengujian ini

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Susan Stainback (1998) dalam Sugiyono (2015:267-268) menyatakan bahwa reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistic (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Rumus reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus metode chronbacht alpha

$$rca = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum S_i}{\sum St}\right)$$

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki residual yang berdistribusi normal atau tidak. Indikator model regresi yang baik adalah memiliki data terdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel independen (bebas).

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018:120).

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah hubungan antara residual satu observasi dengan residual observasi lainnya (Winarno, 2015:5.29).

c. Analisis Regresi Linier

1) Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah regresi linear dimana variabel yang terlibat di dalamnya hanya dua, yaitu variabel terikat Y, dan satu variabel bebas X serta berpangkat satu.

$$Y = a + b.X$$

2) Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2017:275) analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, apabila peneliti meramalkan bagaimana naik turunnya keadaan variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dinaik turunkan nilainya (dimanipulasi).

$$Y = (a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \epsilon)$$

d. Uji Koefisien Korelasi

Menurut Sugiyono (2018:286) korelasi parsial digunakan untuk analisis atau pengujian hipotesis apabila peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel independen dengan dependen, dimana salah satu variabel independennya dikendalikan (dibuat tetap). Perhitungan korelasi parsial dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut

$$R_{yx_1.x_2} = \frac{ryx_1 - ryx_2.rx_1x_2}{\sqrt{1 - r^2x_1x_2} \sqrt{1 - r^2yx_2}}$$

e. Analisis Koefisien Determinasi

Dalam penelitian ini, analisis determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menerangkan variasi variabel dependen. Untuk mengetahui nilai dari koefisien determinasi, maka dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut

$$KD = r^2 \times 100\%$$

f. Uji Hipotesis

1) Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2017:22). Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikan < 0,05 maka Ha diterima dan H0 ditolak, berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai signifikan > 0,05 maka Ha ditolak dan H0 diterima, berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen. Hipotesis akan diuji dengan menggunakan tingkat signifikansi (α) sebesar 5 persen atau 0.05. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis akan didasarkan pada nilai probabilitas signifikansi. Jika nilai probabilitas signifikansi < 0.05, maka hipotesis diterima. Hal ini berarti model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel independen. Jika nilai probabilitas signifikansi > 0.05, maka hipotesis ditolak. Hal ini berarti model regresi tidak dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

Tabel 4.8
 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No	Kuisisioner	r hitung	r tabel	Keputusan
1	Karyawan bengkel agus motor berpenampilan bersih dan rapih	0,728	0,1985	Valid
2	Fasilitas ruang tunggu bengkel agus motor lengkap, bersih dan tertata rapih	0,607	0,1985	Valid
3	Mekanik agus motor memeberikan informasi yang jelas dan teliti kepada pelanggan	0,634	0,1985	Valid
4	Apakah anda merasa di harga Ketika berinteraksi dengan karyawan agus motor	0,636	0,1985	Valid
5	Karyawan agus motor sudah memberikan layanan sesuai dengan yang di butuhkan pelanggan	0,524	0,1985	Valid
6	Produk sparepart yang disediakan bengkel agus motor lengkap	0,542	0,1985	Valid
7	Respon yang diberikan cepat dan baik Ketika ada keluhan	0,593	0,1985	Valid
8	karyawan agus motor cepat dalam memberikan informasi mengenai kerusakan kendaraan anda	0,613	0,1985	Valid
9	Jaminan keamanan motor sesuai dengan harapan pelanggan	0,633	0,1985	Valid
10	Bengkel agus motor memberikan garansi setelah perbaikan	0,633	0,1985	Valid

Sumber : Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan pada pada tabel diatas pada hasil uji Validitas diatas bahwa setiap 10 butir pertanyaan pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) semua dinyatakan Valid karena nilai r hitung > r tabel, yang mana tiap butir pernyataan tersebut layak digunakan dan dapat mengukur dimensi dan Variabel dari penelitian ini.

Tabel 4.9
 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Harga (X2)

No	Kuisisioner	r hitung	r tabel	Keputusan
1	Harga yang ditawarkan bengkel agus motor terjangkau oleh pelanggan	0,592	0,1985	Valid
2	Bengkel agus motor menyediakan sparepart dengan kualitas baik tapi dengan harga yang murah	0,586	0,1985	Valid
3	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas sparepart dan perbaikan motor di bengkel agus motor yang diberikan	0,511	0,1985	Valid
4	Harga jenis perbaikan motor di bengkel agus motor bervariasi sesuai dengan kualitas	0,542	0,1985	Valid
5	Harga servis di bengkel agus motor lebih terjangkau dibanding kompetitor	0,707	0,1985	Valid
6	Pelanggan merasa harga perbaikan di bengkel agus motor mampu bersaing dengan kompetitor	0,726	0,1985	Valid
7	Harga jasa perbaikan motor di bengkel agus motor sesuai dengan manfaat yang dirasakan pelanggan	0,607	0,1985	Valid
8	Harga jasa perbaikan di bengkel agus motor sesuai dengan teknologi yang didapatkan	0,726	0,1985	Valid

Sumber : Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan pada tabel diatas pada hasil uji Validitas diatas bahwa 8 butir pernyataan pada variabel Harga (X2) semua dinyatakan Valid karena nilai r hitung > r tabel. Yang mana tiap butir pernyataan tersebut layak digunakan dan dapat mengukur dimensi dan variabel dari penelitian ini.

Tabel 4.10
 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Kepuasan Pelanggan Variabel (Y)

No	Kuisisioner	r hitung	t tabel	keputusan
1	Kualitas pelayanan yang di berikan bengkel Agus Motor sesuai dengan harapan tingkat kepuasan pelanggan	0,646	0,1985	Valid
2	Pelayanan yang di berikan kan bengkel Agus Motor berperilaku baik kepada semua pelanggan	0,683	0,1985	Valid
3	Pelanggan merasa puas dan akan menggunakan layanan bengkel Agus Motor	0,486	0,1985	Valid
4	Kesopanan karyawan bengkel Agus Motor membuat pelanggan ingin Kembali	0,691	0,1985	Valid
5	Pelanggan bersedia merekomendasikan bengkel Agus motor kepada orang lain	0,678	0,1985	Valid
6	Pelanggan akan merekomendasikan bengkel Agus Motor untuk menjadi pilihan utama dalam menggunakan jasa servis sepeda motor	0,747	0,1985	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 2024

Berdasarkan pada Tabel diatas pada hasil uji Validitas diatas bahwa 6 butir pernyataan pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) semua dinyatakan valid karena r hitung > r tabel. Yang mana tiap butir pernyataan tersebut layak digunakan dan dapat mengukur dimensi dan variabel dari penelitian ini

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.11
 Uji Reliabilitas Variabel Independent dan Dependent

Variabel	Cronbach's	Standar Chronbach Alpha	keputusan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,816	0,600	Reliabel
Harga (X2)	0,759	0,600	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,729	0,600	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan Reliabel, hal itu dibuktikan dengan masing-masing variabel memiliki nilai Crombath Alpha lebih besar dari 0,600.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 4.12
 Hasil Uji Normalitas berdasarkan Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.69926379
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.066
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.182 ^c

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data diolah SPSS 2024

Berdasarkan pada pengujian tabel diatas, diperoleh nilai signifikan sebesar 0,182 > 0,05, dengan demikian maka asumsi klasik

distribusi persamaan pada uji ini adalah normal

2) Uji Ato Korelasi

Tabel 4.14
 Hasil Uji Autokorelasi Dengan Durbin-Watson

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.833 ^a	.694	.687	2.727	2.032

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

Sumber : Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, model regresi ini tidak ada autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai Durbin-Watson sebesar 2.032 yang berada diantara interval 1,550-2,460

3) Uji Multikolinieritas

Tabel 4.15
 Hasil Pengujian Multikolinieritas Dengan Collinearity Statistic

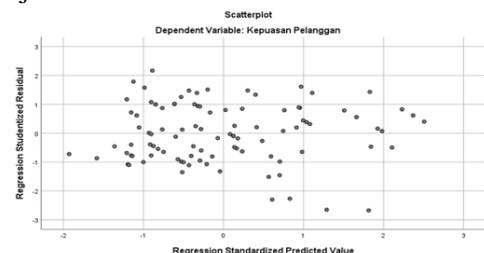
Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	1.340	1.215		1.103	.273		
	Kualitas Pelayanan	.281	.053	.448	5.325	.000	.450	2.220
	Harga	.339	.064	.445	5.284	.000	.450	2.220

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada tabel diatas diperoleh nilai tolerance variabel kualitas pelayanan 0,450 harga sebesar 0,450, dimana kedua nilai tersebut kurang dari 1, dan nilai variance inflation factor (VIF) variabel variabel kualitas pelayanan sebesar 2.220, harga sebesar 2.220 dimana nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini tidak ada gangguan multikolinieritas

4) Uji Heteroskedastitas



Sumber : Data diolah SPSS, 2024

Gambar 4.3 Grafik Scatter Plot Hasil Uji Heteroskedastitas

Berdasarkan hasil gambar diatas, titik-titik pada grafik scatterplot tidak mempunyai pola penyebaran yang jelas atau tidak membentuk pola-pola tertentu. Dengan

demikian disimpulkan tidak terdapat gangguan heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi ini layak dipakai

5) Analisis Regresi Linear

Tabel 4.16
 Hasil Pengujian Regresi Linear Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.169	1.316		2.407	.018
	Kualitas Pelayanan	.488	.040	.778	12.183	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
 Sumber : Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y=3,169+0,488 X1$

Tabel 4.17
 Hasil Pengujian Regresi Linear Sederhana Variabel Harga(X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.020	1.252		3.211	.002
	Harga	.592	.049	.777	12.148	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
 Sumber : Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y=4.020+0,592 X2$

Tabel 4.18
 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga(X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.340	1.215		1.103	.273
	Kualitas Pelayanan	.281	.053	.448	5.325	.000
	Harga	.339	.064	.445	5.284	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
 Sumber : Data diolah, SPSS 2024

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y=1.340+0,281 X1+0,339 X2$

6) Analisis Koefisien Korelasi (R)

Tabel 4.20
 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Secara Parsial Antara Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations			
	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan	
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.778**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	99	99
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	99	99

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 Sumber : Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan pada tabel pengujian diatas, diperoleh nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,778 artinya kedua variabel

memiliki Tingkat pengaruh atau hubungan yang kuat berdasarkan pada interval nilai koefisien korelasi berada pada skala 0,60-0,779 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat

Tabel 4.21
 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Secara Parsial Antara Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations			
	Harga	Kepuasan Pelanggan	
Harga	Pearson Correlation	1	.777**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	99	99
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.777**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	99	99

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 Sumber : Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,777 artinya kedua variabel memiliki tingkat pengaruh atau hubungan yang kuat berdasarkan pada interval nilai koefisien korelasi berada pada skala 0,60-0,799 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat

Tabel 4.22

Hasil Koefisien Korelasi Secara simultan Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.833 ^a	.694	.687	2.727	.694	108.779	2	96	.000

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan
 Sumber : Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, di peroleh nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,833 artinya variabel Kualitas Pelayanan (X1), dan Harga (X2), memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) berdasarkan pada nilai interval koefisien korelasi berada pada kala 0,80-1,000 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat

d. Koefisen Determinasi

Tabel 4.23
 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Parsial Antara Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.778 ^a	.605	.601	3.083	1.915

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan
 b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan
 Sumber : Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai R- square (koefisien determinasi) sebesar 0,605, maka dapat

disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 60,5%, sedangkan sisanya 39,5% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Tabel 4.24
 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Parsial Antara Variabel Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.777 ^a	.603	.599	3.088	1.942

a. Predictors: (Constant), Harga
 b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan
 Sumber : Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai R square (koefisien determinasi) sebesar 0,603, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga Sparepart (X2) memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 60,3%, sedangkan sisanya 39,7%, dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Tabel 4.25
 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Simultan Antara Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.833 ^a	.694	.687	2.727	2.032

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Harga
 b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan
 Sumber : Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai R- square (koefisien determinasi) sebesar 0,694, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga Sparepart (X2) secara bersama sama memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 69,4%, sedangkan sisanya 30,6%, dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti

e. Analisis Uji Hipotesis

Tabel 4.26
 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan pelanggan (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.169	1.316		2.407	.018
	Kualitas Pelayanan	.488	.040	.778	12.183	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
 Sumber : Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (12.183 > 1,985) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < sig.0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka Ho ditolak dan Ha diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Agus Motor Indramayu Jawa Barat

Tabel 4.27
 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Harga (X2) Terhadap Kepuasan pelanggan (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.020	1.252		3.211	.002
	Harga	.592	.049	.777	12.148	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
 Sumber : Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (12.148 > 1,985) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < sig.0,000 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka Ho2 ditolak dan Ha2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh parsial antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Agus Motor Indramayu Jawa Barat

Tabel 4.28
 Hasil Hipotesis (Uji F) Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1618.151	2	809.076	108.779	.000 ^b
	Residual	714.030	96	7.438		
	Total	2332.182	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
 b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga
 Sumber : Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai f hitung > f tabel atau (108.779 > 3.091), hal ini juga diperkuat dengan value < Sig.0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka Ho3 ditolak dan Ha3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan pelanggan Pada Bengkel Agus Motor Indramayu Jawa Barat

5. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Agus Motor Indramayu Jawa Barat, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan Pelanggan (Y) dengan persamaan regresi $Y = 3.169 + 0,488(X1)$, diperoleh nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,778 artinya kedua variabel memiliki tingkat pengaruh atau hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,605 atau 60,5% dan uji Hipotesis diperoleh t hitung sebesar 12.183 > t tabel 1,985 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian Ho: ditolak dan Ha: diterima artinya terdapat pengaruh yang sangat signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap kepuasan Pelanggan (Y)
- b. Harga (X2) berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan Pelanggan (Y) dengan persamaan regresi $Y = 4.020 + 0,592 X2$, Nilai korelasi sebesar 0,777 artinya kedua variabel memiliki hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,630 atau 60,3% dan uji hipotesis diperoleh thitung sebesar 12.148 > tabel 1985 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian Ho2: ditolak dan Ha2 diterima artinya terdapat pengaruh yang sangat signifikan antara Harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).
- c. Kualitas Pelayanan (Xi) Harga (X2) secara simultan berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan Pelanggan (Y) dengan persamaan $Y = 1.340 + 0,281X1 + 0,339X2$. Nilai korelasi sebesar 0,833 artinya variabel bebas dengan variabel terikat memiliki hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,694 atau 69,4% dan uji hipotesis diperoleh nilai f hitung sebesar 108.779 > fabel 3,94 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian Ho3 ditolak dan Ha3 diterima artinya terdapat pengaruh yang sangat signifikan secara simultan antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap kepuasan Pelanggan (Y)
- Sekolah Inklusif. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 1(1), 67–76.
- [3] Algifari. (2018). *Statistika Deskriptif Plus Untuk Ekonomi Dan Bisnis (Edisi 2)*. Yogyakarta: Upp Stim Ykpn.
- [4] Amin, A. R. K., Arief, M. Y., & Ediyanto, E. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Wo. Favorit Decoration Di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (Jme)*, 1(3), 585–602.
- [5] Amri, R. C., Lidiya, W., & Safriansyah, S. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grosir Sembako Toko Ada Harapan. *Jurnal Media Ekonomi (Jurmek)*, 27(1), 17–28.
- [6] Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2), 108–119.
- [7] Buchari, A. (2018). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- [8] Darmanto, R. F., & Ariyanti, A. (2020). Peranan Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Suasana Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Boedjangan Bintara. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(1), 71–82.
- [9] Efriyanti, S., & Saroyo. (2024). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Obat Hipertensi Dilavask Pada Apotek Zafa Farma Kabupaten Tabalong. *Jurnal Mahasiswa Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 7(1), 1082–1096.
- [10] Elbadiansyah. (2023). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- [11] Goetsch, D. L., & Davis, S. (2019). *Quality Management For Organizational Excellence: Introduction To Total Quality (8th Ed)*. New Jersey: Printice Hall International, Inc.
- [12] Hamdat, A., Arfah, A. M. K., Cahya, B. T., Sri, D., Sriwardiningsih, E., Astri, F., ... Leni, P. (2020). *Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen: Prinsip Dasar, Strategi, Dan Implementasi*. Yogyakarta: Diandra Primamitra Media.
- [13] Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., ...
- [14] Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- [15] Harto, B., Nugroho, R. J., Saragih, M. M. S., Syadzili, M. F. R., & Fachrurazi. (2021). *Dasar*

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen*. Malang: Ae Publishing.
- [2] Aisyah, S., & Badrudin, B. (2016). *Manajemen Kepemimpinan Kepala Sekolah Efektif Pada*

- Manajemen Bisnis. Batam: Cendikia Mulia Mandiri.
- [16] Hasibuan, M. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- [17] Ichsan, R. N., & Nasution, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Kurnia Aneka Gemilang Tanjung Morawa. *Journal Of Education, Humaniora And Social Sciences (Jehss)*, 4(3), 1281–1288.
- [18] Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- [19] Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 12)*. Jakarta: Erlangga.
- [20] Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2023). *Marketing: An Introduction (15th Ed)*. Harlow: Pearson Education.
- [21] Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. London: British Library.
- [22] Kotler, Philip, & Keller, L. (2017). *Marketing Manajement (15th Ed)*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- [23] Kotler, Phillip, & Armstrong, G. (2015). *Marketing An Introducing (12th Ed)*. England: Pearson Education.
- [24] Kotler, Phillip, & Armstrong, G. (2017). *Principles Of Marketing (17th Ed)*. New York: Pearson Education.