

PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL JS MOTOR DI KOTA TANGERANG SELATAN

Muhammad Hanif Setiawan ¹, Nani ²

¹ Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: ¹hanifsetiawan2013@gmail.com

² Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: ²dosen01704@unpam.ac.id

Abstract

This study aims to determine the Effect of Price and Location on Consumer Satisfaction This study aims to determine the Effect of Price and Location on Customer Satisfaction at JS Motor in South Tangerang City. The method used is a quantitative associative method. The population in this study were 2,172 JS Motor customers in South Tangerang City in 2024. The sampling technique used was Accidental Sampling, a sampling method using the Slovin formula. With the Slovin technique, a research sample of 94 respondents was obtained. Data analysis methods used in the study include instrument tests consisting of validity tests, reliability tests, classical assumption tests consisting of normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity and autocorrelation tests, multiple linear regression tests, correlation coefficients, hypothesis tests consisting of partial t-tests and simultaneous f-tests, and determination coefficient tests. From the results of this study, it was concluded that price has a positive and significant effect on customer satisfaction with a calculated T value > T table ($10.559 > 1.987$) and strengthened by a significance value of $0.000 < 0.05$. Location has a positive and significant influence on customer satisfaction with a value of $T_{count} > T_{table}$ or ($12.633 > 1.987$) and is strengthened by a significance value of $0.000 < 0.05$. Price and Location have a positive and significant influence on customer satisfaction with a value of $F_{count} > F_{table}$ or ($86.026 > 3.100$) and is strengthened by a significance value of $0.000 < 0.05$. Price and Location on consumer satisfaction affect the regression $Y = 4.704 + 0.262 X_1 + 0.615 X_2 + \alpha$. The results of the R-square value (coefficient of determination) of 0.654, it can be concluded that the price (X_1) and location (X_2) variables together have a contribution to the influence of the customer satisfaction variable (Y) of 65.4%, while the remaining (100% -65.4%) is 34.6% influenced by other factors or variables not studied
Keywords: Price, Location, Customer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JS Motor Di Kota Tangerang Selatan. Metode yang digunakan adalah menggunakan metode asosiatif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan JS Motor Di Kota Tangerang Selatan 2.172 orang pada tahun 2024. Teknik sampling yang digunakan adalah accidental sampling, metode pengambilan sampel dengan menggunakan rumus slovin. Dengan teknik slovin didapat sampel penelitian adalah 94 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian meliputi uji instrumen terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan autokorelasi, uji Regresi linier berganda, koefisien korelasi, uji hipotesis yang terdiri dari uji t secara parsial dan uji f secara simultan, dan uji koefisien determinasi. Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($10,559 > 1,987$) dan diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau ($12,633 > 1,987$) dan diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Harga dan Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($86,026 > 3,100$) dan diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Harga dan Lokasi terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh regresi $Y = 4,704 + 0,262 X_1 + 0,615 X_2 + \alpha$. Hasil nilai R-square

(koefisien determinasi) sebesar 0,654, maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X1) dan lokasi (X2) secara bersama sama memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 65,4%, sedangkan sisanya sebesar (100%-65,4%) yaitu 34,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti

Kata Kunci : Harga, Lokasi, Kepuasan Pelanggan

1. PENDAHULUAN

Bengkel motor merupakan salah satu sektor yang terus berkembang terutama dinegara dengan tingkat kepemilikan sepeda motor yang tinggi. Sepeda motor menjadi pilihan transportasi yang populer karena lebih ekonomis, mudah digunakan, dan lebih efisien dalam menembus kemacetan lalu lintas. Dalam situasi ini, permintaan akan layanan perawatan dan perbaikan sepeda motor juga semakin meningkat, sehingga menciptakan peluang besar bagi bisnis bengkel motor. Dengan yang sama berlaku untuk bengkel JS Motor merupakan salah satu bengkel di Tangerang Selatan, JS Motor memiliki strategi dan keunggulan tersendiri yang membedakannya dari para pesaing yang berdiri kurang lebih selama 5 (lima) tahun

Menurut Chandra (2019:262) “Kepuasan pelanggan yaitu tanggapan emosional atau kognitif yang berkaitan dengan ekspektasi dari suatu produk atau pengalaman konsumsi setelah memilih produk atau jasa tersebut.” Harga dan lokasi merupakan komponen penting dalam kepuasan pelanggan dapat terlihat lebih jelas dalam konteks bisnis modern yang semakin berorientasi pada pelanggan. Banyak perusahaan saat ini menyadari pentingnya kedua faktor tersebut dan terus mengoptimalkannya untuk memberikan pengalaman yang terbaik bagi pelanggan. Perusahaan yang mampu menawarkan produk atau layanan berkualitas dengan harga kompetitif di lokasi yang strategis memiliki peluang lebih besar untuk memenangkan hati pelanggan dan mempertahankan loyalitas mereka

Berdasarkan hal tersebut, untuk melihat bagaimana mengenai kepuasan pelanggan di JS Motor maka dilakukan *pra-survey* dengan menyebarkan kuisioner sementara kepada 30 responden, yang terdiri dari indikator kepuasan pelanggan. Berdasarkan penyebaran kuisioner tersebut diperoleh data pada tabel 1.1:

Tabel 1.1
Hasil Kuisioner Pra-Survei Kepuasan Pelanggan
Js Motor di Tangerang Selatan

No	Pertanyaan	Jawaban Responden				Jumlah Responden
		Ya	%	Tidak	%	
1.	Apakah JS Motor sangat mementingkan pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan? (Kesesuaian harapan)	17	56,7%	13	43,3%	30
2.	Apakah saya akan datang kembali karena menyukai harga dari JS Motor? (Minat Berkunjung Kembali)	16	53,3%	14	46,7%	30
3.	Apakah harga yang diberikan JS Motor sangat menarik membuat pelanggan merekomendasikan ke teman saya? (Ketersediaan Merekomendasikan)	15	50%	15	50%	30

Sumber: Pra-Survey oleh peneliti 2025

Berdasarkan pada tabel 1.1 sebanyak 56,7% responden merasa bahwa JS Motor sangat mementingkan pelayanan sesuai dengan keinginan pelanggan, meskipun 43,3% lainnya berpendapat sebaliknya. Sebanyak 53,3% responden menyatakan keinginan untuk kembali berkunjung karena menyukai harga yang ditawarkan, sementara 46,7% lainnya tidak merasa demikian. Dalam hal merekomendasikan JS Motor kepada teman, terdapat pembagian pendapat yang seimbang, yakni 50% setuju dan 50% tidak setuju

Tabel 1.2
Daftar Jumlah Pelanggan
Bengkel JS Motor 2022-2024

No	Tahun	Jumlah Pelanggan
1.	2022	1.824
2.	2023	2.564
3.	2024	2.172
Total		6.580

Sumber: Data diolah 2025

Dari tabel 1.3 diketahui terjadi data menunjukkan bahwa meskipun jumlah pelanggan meningkat signifikan di tahun 2023, penurunan di tahun 2024 menunjukkan ketidakpastian dalam kepuasan pelanggan. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk kualitas layanan yang tidak konsisten. Harga yang tidak terjaga dapat menyebabkan pelanggan memilih bengkel lain. Jika JS motor tidak mampu mempertahankan standar layanan yang tinggi, pelanggan mungkin akan mencari alternatif. Penurunan jumlah pelanggan pada tahun 2024 bisa jadi mencerminkan adanya keluhan dari pelanggan yang tidak mendapatkan pengalaman yang memuaskan pada tahun tersebut. Memperbaiki hubungan dengan pelanggan dan mendapatkan umpan balik yang konstruktif dapat membantu mengatasi masalah ini. Penurunan jumlah

pelanggan juga bisa disebabkan oleh faktor eksternal, seperti perubahan dalam kondisi ekonomi yang mempengaruhi pengeluaran masyarakat untuk perawatan motor

Tabel 1.3
Perbandingan Harga dengan Kompetitor

No	Jenis Service	Js Motor	Yosua Motor	Setia Kawan Motor
1.	Ganti Oli Mesin	Rp. 55.000	Rp. 50.000	Rp. 52.000
2.	Ganti Oli Gardan	Rp. 15.000	Rp. 15.000	Rp. 17.000
3.	Tune Up	Rp. 95.000	Rp. 90.000	Rp. 92.000
4.	Pembersihan CVT	Rp. 40.000	Rp. 35.000	Rp. 37.000
5.	Infus Injector	Rp. 40.000	Rp. 35.000	Rp. 38.000

Sumber: Data Terbaru 2025

Berdasarkan dari tabel 1.3 perbandingan harga layanan pada tiga bengkel, terlihat bahwa JS Motor menetapkan tarif yang cenderung lebih tinggi dibandingkan Yosua Motor dan Setia Kawan Motor untuk hampir semua jenis service. Perbedaan harga ini, meskipun tidak terlalu besar, berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan yang sensitif terhadap harga. Misalnya, untuk service Ganti Oli Mesin, harga di JS Motor adalah Rp55.000, lebih mahal Rp5.000 dibanding Yosua Motor, dan Rp3.000 dibanding Setia Kawan Motor. Kondisi serupa juga terjadi pada layanan Tune Up dan Pembersihan CVT

Tabel 1.4
Hasil Kuisioner Pra-Survei Kepuasan Lokasi
Js Motor di Tangerang Selatan

No	Pertanyaan	Jawaban Responden				Jumlah Responden
		Ya	%	Tidak	%	
1.	Lokasi usaha mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi maupun umum (Akses)	8	26,7%	22	73,3%	30
2.	Lokasi usaha mudah terlihat dari jalan utama (Visibilitas)	10	33,3%	20	66,7%	30
3.	Tersedia lahan parkir yang memadai untuk kendaraan pelanggan (Tempat Parkir yang Luas)	18	60%	12	40%	30
4.	Lokasi memungkinkan untuk perluasan usaha di masa depan (Ekspansi)	15	50%	15	50%	30

Sumber: Pra-Survei oleh peneliti 2025

Berdasarkan dari tabel 1.4 data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai bahwa lokasi usaha memiliki beberapa kendala strategis yang berpotensi menghambat kenyamanan dan minat pelanggan. Sebanyak 73,3% responden menyatakan lokasi usaha sulit dijangkau baik dengan kendaraan pribadi maupun umum, dan 66,7% responden menilai lokasi kurang terlihat dari jalan utama, yang menunjukkan masalah aksesibilitas dan visibilitas. Meskipun 60% responden menilai lahan parkir cukup memadai, masih terdapat 40% yang merasa sebaliknya. Selain itu, kemampuan lokasi untuk melakukan ekspansi di masa depan juga terbagi rata antara yang setuju (50%) dan tidak setuju (50%), yang mengindikasikan adanya ketidakpastian terkait potensi pengembangan usaha di lokasi tersebut



Gambar 1.1 Bengkel Yosua Motor

Berdasarkan gambar 1.1 yang menunjukkan bengkel Yosua Motor terletak di lokasi strategis di jalan utama yang ramai dan mudah dijangkau. Tempat ini memiliki akses yang baik, dilengkapi dengan lahan parkir yang luas, sehingga memudahkan pengunjung. Suasana yang ramai menjadikan Yosua Motor sangat cocok untuk kegiatan bisnis



Gambar 1.2 Bengkel Setia Kawan Motor

Berdasarkan gambar 1.2 Setia Kawan Motor menghadapi kendala lokasi berupa posisi toko di jalan padat lalu lintas yang menyulitkan akses dan parkir, lahan parkir terbatas, serta persaingan dengan kompetitor yang lokasinya lebih strategis. Minimnya papan penunjuk arah juga membuat pelanggan baru sulit menemukan toko, sehingga berpotensi menurunkan jumlah kunjungan dan penjualan. Sedangkan bengkel Js Motor yaitu:



Gambar 1.3 Bengkel JS Motor

Berdasarkan gambar 1.3 yang menunjukkan JS Motor berada di lingkungan yang tenang dekat area pemukiman, lokasi ini dianggap cocok untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar. Meskipun aksesnya sedikit sulit, lokasinya strategis bagi penghuni perumahan terdekat. Namun, tempat ini memiliki beberapa keterbatasan, seperti tidak tersedianya lahan parkir, lalu lintas yang rendah, dan potensi sulitnya menarik pelanggan dari luar area pemukiman

2. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut (Kotler dan Keller, 2016:115) Menyatakan bahwa Harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan probabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengomunikasikan proposal nilai suatu produk. Harga merupakan suatu moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Menurut Kotler (2019: 131) “Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Industri menetapkan harga dalam bermacam metode. Di perusahaan-perusahaan besar, penetapan harga umumnya ditangani oleh para manajerdivisi maupun manajer lini produk.”

Menurut Tjiptono (2017:106) “Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang atau jasa yang mememtingkan segi ekonominya”

Menurut Menurut Park dalam (Irawan 2021:54), mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Menurut Kotler dan Keller (2016:33) mengatakan kepuasan pelanggan sebagai berikut: “*Satisfaction reflects a person’s judgment of a product’s perceived performance in relationship to*

expectations. If performance falls short of expectations, the customer is disappointed. If it matches expectations, the customer is satisfied. If it exceeds them, the customer is delighted” yang artinya kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan. Apabila kinerja jauh dari ekspektasi, pelanggan kecewa. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika melebihi ekspektasi, pelanggan senang

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2015:13) “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Menurut Sugiyono (2017:44) yaitu “Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih”.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Harga (X1)

No	Pernyataan	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Keterangan
1	Harga suku cadang yang ditawarkan di JS Motor ini sesuai dengan kemampuan pelanggan	0,701	0.203	Valid
2	Biaya perbaikan di JS Motor ini sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan	0,811	0.203	Valid
3	JS Motor ini menawarkan berbagai pilihan harga yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan	0,697	0.203	Valid
4	Biaya perbaikan di JS Motor ini sebanding dengan hasil pekerjaan yang saya terima	0,615	0.203	Valid
5	Saya merasa puas dengan kesesuaian antara harga dan kualitas layanan di JS Motor ini.	0,715	0.203	Valid
6	Harga yang saya bayarkan di JS Motor ini sesuai dengan standar kualitas yang saya harapkan	0,649	0.203	Valid
7	Saya memilih bengkel ini karena harga yang ditawarkan lebih menarik dibandingkan pesaing	0,729	0.203	Valid
8	JS Motor ini menawarkan harga yang lebih menguntungkan tanpa mengurangi kualitas layanan	0,704	0.203	Valid
9	Harga layanan di JS Motor ini sesuai dengan manfaat yang saya peroleh	0,708	0.203	Valid
10	Saya merasa harga di JS Motor ini wajar berdasarkan manfaat yang saya terima	0,777	0.203	Valid

Sumber: data olahan kuisoner

Berdasarkan tabel 4.8 pada hasil uji validitas di atas, maka setiap 10 hal penjelasan pada variabel harga (X1) semua pernyataan valid karena nilainya diatas r_{tabel} , (0,203), dimana setiap pernyataan

layak untuk digunakan dan dapat mengukur aspek dan faktor pemeriksaan ini

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Lokasi (X2)

No	Pernyataan	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Keterangan
1	Lokasi JS Motor ini mudah dijangkau dari tempat saya tinggal	0,589	0.203	Valid
2	Saya tidak mengalami kesulitan dalam menemukan lokasi JS Motor ini	0,712	0.203	Valid
3	Akses parkir di bengkel ini memudahkan saya untuk membawa kendaraan	0,696	0.203	Valid
4	Lokasi JS Motor ini mudah terlihat dari jalan utama	0,770	0.203	Valid
5	JS Motor ini memiliki papan nama atau tanda yang jelas dan mudah dikenali	0,747	0.203	Valid
6	JS Motor ini memiliki papan nama atau tanda yang jelas dan mudah dikenali	0,607	0.203	Valid
7	JS Motor ini menyediakan tempat parkir yang cukup luas untuk kendaraan pelanggan	0,748	0.203	Valid
8	Tempat parkir di JS Motor ini dapat menampung banyak kendaraan	0,470	0.203	Valid
9	JS Motor ini memiliki area yang strategis untuk memperluas layanan	0,733	0.203	Valid
10	Lokasi JS Motor ini memiliki ruang yang cukup untuk ekspansi di masa depan	0,729	0.203	Valid

Sumber: data olahan kuisoner

Berdasarkan tabel 4.9 pada hasil uji validitas di atas, maka setiap 10 hal penjelasan pada variabel lokasi (X2) semua pernyataan valid karena nilainya diatas r_{tabel} , (0,203), dimana setiap pernyataan layak untuk digunakan dan dapat mengukur aspek dan faktor pemeriksaan ini

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Keterangan
1	Layanan yang saya terima di JS Motor ini sesuai dengan harapan saya	0,769	0.203	Valid
2	Kualitas perbaikan kendaraan di JS Motor ini memenuhi ekspektasi saya	0,729	0.203	Valid
3	Hasil pekerjaan di JS Motor ini sesuai dengan kebutuhan dan harapan saya	0,688	0.203	Valid
4	Saya akan merekomendasikan JS Motor ini kepada teman	0,805	0.203	Valid
5	Saya merasa puas dengan pelayanan JS Motor membuat saya ingin kembali menggunakan jasanya di lain waktu	0,765	0.203	Valid
6	JS Motor ini menjadi pilihan utama saya untuk perbaikan kendaraan di masa mendatang	0,729	0.203	Valid
7	Saya akan merekomendasikan JS Motor ini kepada teman atau keluarga saya	0,804	0.203	Valid
8	Saya merasa puas dengan layanan JS Motor ini dan akan memberitahukan orang lain untuk mengunjungi bengkel ini	0,684	0.203	Valid
9	Saya akan memberi ulasan positif tentang JS Motor ini kepada orang lain	0,749	0.203	Valid
10	Saya akan merekomendasikan JS Motor ini kepada orang lain yang mencari layanan service	0,426	0.203	Valid

Sumber: data olahan kuisoner

Berdasarkan tabel 4.10 pada hasil uji validitas di atas, maka setiap 10 hal penjelasan pada variabel kepuasan pelanggan (Y) semua pernyataan valid karena nilainya diatas r_{tabel} , (0,203), dimana setiap pernyataan layak untuk digunakan dan dapat mengukur aspek dan faktor pemeriksaan ini

Uji Reliabilitas

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Harga (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.887	10

Sumber: SPSS 24(2025)

Berdasarkan pada Tabel 4.11 nilai *Cronbach's Alpha* variabel harga sebesar 0,887, dengan itu variabel harga termasuk dalam kategori reliabel

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas Lokasi (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.867	10

Sumber: SPSS 24(2025)

Berdasarkan pada Tabel 4.12 nilai *Cronbach's Alpha* variabel lokasi sebesar 0,867, dengan itu variabel lokasi termasuk dalam kategori reliabel

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.892	10

Sumber: SPSS 24(2025)

Berdasarkan pada Tabel 4.13 nilai *Cronbach's Alpha* variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,892, dengan itu variabel kepuasan pelanggan termasuk dalam kategori reliabel

Uji Normalitas

Tabel 4.14
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.71105471
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.058
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: SPSS 24(2025)

Hasil pada tabel 4.14 di atas, nilai normalitas yang diperoleh dengan Uji Kolomogorov-Smirnov adalah $\alpha = 0,200$, dimana nilai ini lebih besar dari nilai 0,050. Hasilnya, distribusi persamaan pengujian diasumsikan normal

Uji Multikolineritas

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolineritas

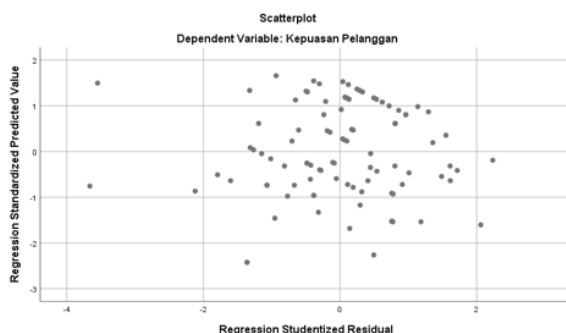
Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Harga	.309	3.238
Lokasi	.309	3.238

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: SPSS 24(2024)

Berdasarkan pada tabel 4.15 menunjukkan hasil uji multikoleniaritas dari variabel harga mempunyai nilai *tolerance* $0,309 > 0,10$ dengan nilai VIF $3,238 < 10,00$ dan variabel lokasi mempunyai nilai *tolerance* $0,309 > 0,10$ dengan nilai VIF $3,238 < 10,00$. dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan lokasi tidak terjadi gejala multikolineritas

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.3

Grafik Scatter Plot

Dari hasil pengujian yang tergambar pada Gambar 4.3, terlihat bahwa titik-titik fokus tersebar secara acak, baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat penyimpangan heteroskedastisitas pada model regresi yang dibuat

Uji Regresi Linear

Tabel 4.18
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	4.704	2.475		1.901	.061
Harga	.262	.115	.253	2.277	.025
Lokasi	.615	.116	.586	5.285	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: SPSS 24(2024)

- Nilai tetap sebesar 4,704 diartikan bahwa jika variabel harga dan lokasi tidak ada maka telah terdapat nilai Kepuasan Pelanggan sebesar 4,704 satuan
- Nilai 0,262 berarti dengan asumsi sisa bagian konsisten dan tidak ada penyesuaian pada harga maka setiap perubahan 1 satuan pada akan menimbulkan penyesuaian harga pada Kepuasan Pelanggan sebesar 0,262 satuan
- Nilai 0,615 artinya dengan asumsi bagian sisa stabil dan tidak ada penyesuaian pada lokasi maka setiap selisih 1 satuan pada 1 lokasi akan menimbulkan penyesuaian Kepuasan Pelanggan sebesar 0,615 satuan

Analisis Koefisien Korelasi (r)

Tabel 4.21
Hasil Koefisien Korelasi Secara Simultan

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.809 ^a	.654	.646	4.298

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: SPSS 24(2024)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, di peroleh nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,809 artinya terdapat pengaruh atau hubungan yang sangat kuat antara kedua variabel diatas dimana nilai koefisien dengan skalanya sebesar 0,800 – 1,000

Koefisien Determinasi (r)

Tabel 4.24
Uji Koefisien Determinasi Secara Simultan

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.809 ^a	.654	.646	4.298

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: SPSS 24(2024)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai R-square (koefisien determinasi) sebesar 0,654, maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan lokasi secara bersama-sama memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel (Y) sebesar 65,4%, sedangkan sisanya 100%-65,4% adalah 34,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti

Uji Hipotesis

Tabel 4.25
Hasil Uji t Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1: (Constant)	8.694	2.680		3.244	.002
Harga	.766	.073	.740	10.559	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: SPSS 24(2025)

Berdasarkan tabel 4.25 diatas, Hasil uji hipotesis (Uji T) diperoleh bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(10,559 > 1,987)$ hal ini diperkuat dengan nilai sig $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Tabel 4.26
Hasil Uji t Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1: (Constant)	6.205	2.440		2.544	.013
Lokasi	.836	.066	.796	12.633	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: SPSS 24(2025)

Berdasarkan tabel 4.26 diatas, Hasil uji hipotesis (Uji T) diperoleh bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $(12,633 > 1,987)$ hal ini diperkuat dengan nilai Sig $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima

Tabel 4.27
Uji Hipotesis (Uji F) Simultan

ANOVA ^a		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3178.401	2	1589.201	86.026	.000 ^b
	Residual	1681.088	91	18.473		
	Total	4859.489	93			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

Sumber: SPSS 24(2025)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(86,026 > 3,100)$, hal ini juga diperkuat dengan Sig $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada Pelanggan Bengkel JS Motor Di Kota Tangerang Selatan, dapat ditarik kesimpulan

- Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan Bengkel JS Motor Di Kota Tangerang Selatan, hal ini dinyatakan berdasarkan hasil hipotesis uji t $(10,559 > 1,987)$ dan nilai sig $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara harga terhadap Kepuasan Pelanggan

pada Bengkel JS Motor Di Kota Tangerang Selatan

- Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan Bengkel JS Motor Di Kota Tangerang Selatan, hal ini dinyatakan berdasarkan hasil hipotesis uji t $(12,633 > 1,987)$ dan nilai Sig. $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel JS Motor Di Kota Tangerang Selatan
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel JS Motor Di Kota Tangerang Selatan, hal ini dinyatakan berdasarkan hasil hipotesis uji f $(86,026 > 3,100)$, dan nil sig $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara harga dan lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel JS Motor Di Kota Tangerang Selatan

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Buchari, A. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Chan, D. (2017). *Judul buku/jurnal*. Penerbit.
- Daryanto, & Setyobudi, D. (2014). *Judul buku/jurnal*. Penerbit.
- Farid, Y., dkk. (2019). *Judul buku/jurnal*. Penerbit.
- Halim, R. E. (2021). *Judul buku/jurnal*. Penerbit.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

- [14] Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- [15] Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management* (17th ed.). Pearson Education.
- [16] Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- [17] Terry, G. R. (2021). Dalam Rawung, F. dkk. *Judul buku/jurnal*. Penerbit.
- [18] Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- [19] Tjiptono, F. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- [20] Tjiptono, F. (2017). *Strategi Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- [21] Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- [22] Alam, I. A., & Zahra, B. A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen DM Parcel. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT)*, 7(3). ISSN: 2579-7972 (Print); 2549-6204 (Online).
- [23] Awang, M. Y., Luisa, T. L., Peny, E. M., & Anigomang, F. R. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi di Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(23), 767–778. p-ISSN: 2622-8327, e-ISSN: 2089-5364.
- [24] Barus, Y. Y., Sinaga, R. V., & Sagala, R. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*, 20(1). p-ISSN: 1412-0593, e-ISSN: 2685-7294.
- [25] Hanipah, T. M., & Purwanti. (2025). Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada perumahan Vertihome Cibinong Bogor Greenpark Group. *Jurnal PERKUSI: Pemasaran, Keuangan dan Sumber Daya Manusia*, 5(2), 447–458. P-ISSN: 2797-3786, E-ISSN: 2776-1568.
- [26] Lutfhiana, M., Sutarjo, A., & Hadya, R. (2021). Pengaruh harga dan lokasi terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening di Mini Market Wirda Kota Padang. *Jurnal Matua*, 3(1), 59–72. ISSN-P: 2355-0376, ISSN-E: 2656-8322.
- [27] Pratiwi, N. D., Dimyati, M., & Supeni, N. (2024). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Ayam Gephok Pak Giek Jember. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Business, dan Akuntansi*, 2(1), 272–284. ISSN: 3031-6294.
- [28] Putri, A. R. (2023). Pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Arastirma*, 3(2), 444–454. Universitas Pamulang. P-ISSN: 2775–9695, E-ISSN: 2775-9687.
- [29] Safitri, N. S., & Nani. (2021). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada distributor Teh Botol Sosro wilayah Tangerang Selatan. *Jurnal PERKUSI*, 1(1). Universitas Pamulang
- [30] Sholikhah, I., Safitri, U. R., & Ariestanto, A. F. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada konsumen Paras Snack di Kabupaten Boyolali tahun 2019). *Ekobis: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 8(2). e-ISSN: 2622-1756, ISSN: 2502-3055.
- [31] Yayuk, S., Karnadi, & Harisandi, Y. (2022). Pengaruh harga dan lokasi terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada wisata KK26 Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(2), 338–353. e-ISSN: 2964-898X, p-ISSN: 2964-8750