

**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Dalam Meningkatkan  
Kepuasan Konsumen Di Bengkel Ahass Motor Nganjuk**

**Kurniansyah, Ema Nurzainul H, Edy Djoko S**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara  
PGRI Kediri

E-mail : Knsyah367@gmail.com, emahalimah@unpkediri.ac.id,  
edydjoko.s@gmail.com

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di bengkel AHASS Motor Nganjuk. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif menggunakan teknik penelitian uji asumsi klasik dan regresi linear berganda. Populasi pada penelitian ini merupakan konsumen pada bengkel AHASS Motor Nganjuk yang tidak terbatas jumlahnya. Sampel ditentukan sebanyak 40 orang responden yang diambil dengan menggunakan teknik non probability sampling. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang selanjutnya dianalisis menggunakan analisis jalur yang kemudian diolah menggunakan program SPSS 23. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan, dan fasilitas tidak signifikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada bengkel AHASS Motor Nganjuk. Untuk itu bengkel AHASS Motor Nganjuk perlu meningkatkan lagi tingkat kualitas pelayanannya dan menambah fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan konsumen agar menciptakan meningkatnya kepuasan konsumen.

**Kata kunci:** *Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Kepuasan Konsumen.*

**Abstract**

*This study aims to determine the effect of service quality, price and facilities on customer satisfaction at the AHASS Motor Nganjuk workshop. The research approach used is quantitative using classic assumption test research techniques and multiple linear regression. The population in this study are consumers at the AHASS Motor Nganjuk workshop, which are not limited in number. The sample was determined as many as 40 respondents who were taken using non-probability sampling technique. The data collection method used a questionnaire which was then analyzed using path analysis analysis which was then processed using the SPSS 23 program. The research findings revealed that service quality and facilities were not significant in increasing customer satisfaction at the AHASS Motor Nganjuk workshop. For this reason, the AHASS Motor Nganjuk workshop needs to increase the level of service quality again and add the facilities needed by consumers in order to create increased customer satisfaction.*

**Keywords:** *Quality of Service, Price, Facilities and Customer Satisfaction.*

## **Pendahuluan**

Sepeda motor adalah alat yang dapat digunakan untuk waktu yang lama dan tidak perlu baru untuk digunakan kembali. Agar kendaraan selalu dalam kondisi prima maka diperlukan perawatan, pemeliharaan dan perawatan secara berkala. Semakin banyaknya masyarakat yang ingin menangani perawatan dan pemeliharaan rutin sepeda motor, hal ini mendorong para pengusaha untuk membuka usaha perawatankendaraan yaitu bengkel. Bengkel adalah tempat dimana seseorang mekanik melakukan pekerjaannya melayani jasa perbaikan dan perawatan kendaraan. Bengkel umum kendaraan bermotor adalah bengkel umum yang berfungsi untuk membetulkan, memperbaiki, dan merawat kendaraan bermotor agar tetap memnuhi persyaratan teknis dan layak jalan (Kulkarni, 2013).

Dalam penelitian Octavian et al., (2020) AHASS (Authorized Honda Service Station) adalah salah satu jaringan pemeliharaan yang merupakan bagian dari AHM yang salah satu tugasnya adalah sebagai layanan purna jual yang melakukan servis atas setiap keluhan konsumen yang menggunakan sepeda motor Honda. Dengan memperbaiki sepeda motor di AHASS konsumen akan mendapat pelayanan terbaik sesuai standar dari Honda. Astra Honda Motor (AHM) juga menambahkan satu departemen untuk menangani masalah kepuasan pelanggan, yaitu departemen HC3 (Honda Customer Care Center) yang juga menyediakan layanan telpon bebas pulsa. Selain itu setiap bengkel resmi Honda (AHASS) ditunjang oleh para mekanik yang merupakan tenaga terampil dan terdidik yang telah menjalani pelatihan mekanik tingkat I, II dan III, maupun manajemen serta menggunakan peralatan, perlengkapan teknis dan administrasi standar Astra Honda Motor (AHM).

Secara umum Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan kepuasan (*satisfaction*) kepuasan adalah seseorang akan menciptakan suatu perasaan senang atau kecewa dari hasil membandingkan kinerja dengan ekspektasinya. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi maka pelanggan akan menjadi tidak puas. Pengan akan puas apabila kinerja sesuai dengan ekspektasi. Dan pelanggan akan sangat puas atau senang apabila kinerja yang diterima melebihi ekspektasi mereka.

Sedangkan menurut Irawan (2017) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah hasil dari akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan pelayanan (jasa). Konsumen puas kalau setelah membeli produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru, akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Konsumen yang puas adalah konsumen yang akan berbagi rasa dan pengalamannya dengan konsumen lain.

Kualitas pelayanan jasa semata-mata ditentukan oleh pelanggan, sehingga kepuasan pelanggan dapat dicapai apabila perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang baik. Rusydi et al., (2020) berpendapat bahwa "Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaingnya". Sedangkan menurut Lewis dan Booms dikutip di Tjiptono, (2017) juga mengemukakan bahwa "Kualitas layanan bisa diartikan sebagai tolak ukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari pelanggan". Kualitas pelayanan memiliki nilai yang besar dalam membawa konsumen menuju ke tingkat kepuasan, sehingga kepuasan tersebut akan memberikan dampak positif bagi perusahaan.

Pengelolaan kualitas layanan tentunya penting dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif saat ini. Hal ini tentunya tidak terlepas dari persaingan antar pelaku usaha dalam memberikan pelayanan yang berpedoman pada pemenuhan kebutuhan pelanggan yang cenderung melebihi harapan pelanggan. Pelanggan yang kebutuhannya terpenuhi dan merasa bahwa layanan dari pemasok melebihi harapannya akan muncul suatu rasa puas telah menggunakan layanan jasa dari pihak penyedia. Hal ini senada dengan apa yang diungkapkan Lupiyoadi, (2017) bahwa "persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa merupakan faktor utama penentu kepuasan pelanggan".

Sedangkan fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. Menurut Kotler dalam Apriyadi, (2017) mengemukakan bahwa "segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Jadi fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada dalam

## **Kurniansyah, Ema Nurzainul H, Edy Djoko S**

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Bengkel Ahass Motor Nganjuk

sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen". Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa harus memperhatikan fasilitas yang mereka berikan, karena dengan fasilitas yang memadai konsumen akan merasa lebih nyaman saat melakukan layanan jasa tersebut.

Masalah pelayanan, harga, dan fasilitas sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi jika dibiarkan, dapat menimbulkan hal-hal yang rentan karena sifatnya yang sangat sensitif (Harjuno, 2014). Sistem pelayanan harus didukung oleh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas yang memadai. Saat ini tingkat persaingan yang semakin meningkat, apabila persaingan sudah semakin kompetitif, maka konsumen relatif lebih mudah berpindah ke layanan jasa lainnya. Perpindahan ke layanan jasa lainnya erat hubungannya dengan tingkat kepuasan kepada layanan jasa, harga, dan fasilitas yang diberikan. Selain itu, masyarakat semakin kritis dalam menilai suatu kualitas pelayanan, harga, dan kualitas disebabkan oleh semakin tingginya tingkat kesadaran akan hak untuk memperoleh pelayanan sebaik-baiknya, kesadaran itu sangatlah tinggi dalam lingkup pelayanan jasa dengan pelanggan yang banyak. Namun diduga pelayanan yang diberikan Bengkel AHASS Motor Nganjuk sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan konsumen sehingga membuat Bengkel AHASS Nganjuk selalu ramai. Fasilitas serta harga yang di berikan Bengkel AHASS Motor Nganjuk sangat mempengaruhi kepuasan Bengkel AHASS Motor Nganjuk dan dapat membuat banyak orang yang sering datang kembali untuk melakukan servis pada bengkel tersebut. Oleh karena itu untuk mengetahui apakah kepuasan konsumen Bengkel AHASS sudah terpenuhi dengan baik atau belum, maka perlu dilakukan observasi secara langsung terhadap konsumen Bengkel AHASS Motor Nganjuk.

Berdasarkan penjelasan yang telah dijelaskan sebelumnya, muncul ketertarikan untuk dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai kepuasan konsumen. Oleh karena itu peneliti ingin mengambil judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Servis, Dan Fasilitas Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Bengkel AHASS Motor Nganjuk".

## Metode Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Bengkel AHASS Motor Desa Tanjung Tani, Kecamatan Prambon, Kabupaten Nganjuk. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September sampai dengan November 2022. Pendekatan penelitian yang dilakukan peneliti adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian dengan populasi semua konsumen bengkel AHASS Motor dan sampel yaitu 40 orang konsumen di bengkel AHASS Motor, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Teknik penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik penelitian kausalitas, dengan menggunakan metode eksperimen. Tujuan dari penelitian kausalitas adalah untuk menyelidiki hubungan salah satu variabel dengan variabel lainnya dengan hanya menguji apakah nilai variabel terikat dalam suatu kelompok yang berbeda dengan nilai variabel terikat dalam kelompok lain. Pada penelitian ini data primer di dapat melalui kuesioner yang diisi oleh para responden dan akan diteruskan peneliti untuk menguji dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas serta uji heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, uji hipotesis (Uji t dan Uji F) dan juga uji  $R^2$ .

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

##### 1. Uji Kolmogorov Smirnov

Dasar pengambilan keputusan uji Kolmogorov Smirnov adalah jika nilai Sig. (signifikansi)  $> 0.05$  maka data dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, jika Sig. (signifikansi)  $< 0.05$  maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

**Tabel 4. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

**Kurniansyah, Ema Nurzainul H, Edy Djoko S**

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Bengkel Ahas Motor Nganjuk

		X1	X2	X3	Y1
N		40	40	40	40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	43.6000	34.6250	26.5000	25.7000
	Std. Deviation	4.90839	4.31864	2.91767	3.24393
	Most Extreme Differences				
	Absolute	.107	.147	.146	.125
	Positive	.096	.147	.121	.125
	Negative	-.107	-.122	-.146	-.108
Test Statistic		.107	.147	.146	.125
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>	.030 <sup>c</sup>	.031 <sup>c</sup>	.117 <sup>c</sup>

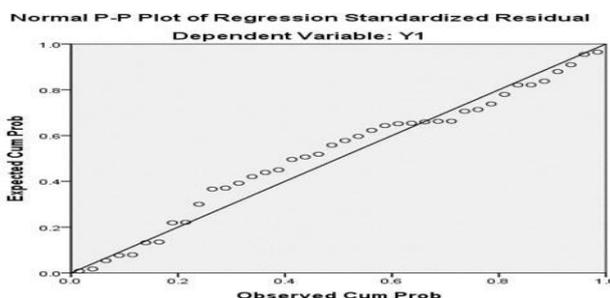
This is a lower bound of the true significane.

Sumber : diolah pada 2022

Berdasarkan pada tabel 4.8, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,117 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

**2. Uji Normal P-P Plot**

Pada Uji Normal P-P Plot, normalitas dideteksi dengan menguji nilai residual dalam model regresi yaitu melihat letak penyebaran data (titik-titik plotting) terhadap garis diagonal dalam hasil output SPSS. Jika titik-titik atau data berada di dekat atau mengikuti garis diagonalnya maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Sementara itu, jika titik-titik menjauh atau tersebar dan tidak mengikuti garis diagonal maka hal ini menunjukkan bahwa nilai residual tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2011).



**Gambar 1. Hasil Uji Normal P-P Plot**

Pada gambar 1 Normal P-Plot menunjukkan penyebaran titik selalu mengikuti arah dan mendekati garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

## b. Uji Multikolinearitas

Dalam penelitian ini, pedoman yang digunakan untuk menguji multikolinearitas adalah dengan melihat nilai VIF (*Varianc Inflating Factor*). Jika VIF  $< 10$  dan mempunyai nilai toleransi lebih besar dari 0,10, maka tidak terjadi multikolinearitas di antara variabel independen. Berikut adalah tabel hasil olah data penelitian menggunakan SPSS versi 23.

**Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.789	2.713		.291	.773		
X1	.009	.066	.014	.142	.888	.654	1.528
X2	.501	.098	.667	5.118	.000	.385	2.597
X3	.270	.140	.242	1.923	.062	.412	2.426

a. Dependent Variable: Y1 Sumber : diolah pada 2022

Berdasarkan tabel 5 diatas diketahui nilai Tolerance untuk variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar  $0,654 > 0,10$ . Harga (X2) sebesar  $0,385 > 0,10$ . Fasilitas (X3) sebesar  $0,412 > 0,10$ . Sementara nilai VIF untuk variabel kualitas pelayanan(X1) sebesar  $1,528 < 10,00$ . Harga (X2) sebesar  $2,597 < 10,00$ . Fasilitas (X3) sebesar  $2,426 < 10,00$ . Masing masing variabel menunjukkan hasil Tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10,00$ . Maka ketiga variabel tersebut tidak terjadi multikolinearitas di antara variabel.

## c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan lain. Metode yang digunakan adalah uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan pada uji Glejser adalah jika nilai signifikasi  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, namun sebaliknya jika nilai signifikasi  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan terjadi masalah heteroskedastisitas.

## Kurniansyah, Ema Nurzainul H, Edy Djoko S

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Bengkel Ahas Motor Nganjuk

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.789	2.713		.291	.773
X1	.009	.066	.014	.142	.888
X2	.501	.098	.667	5.118	.000
X3	.270	.140	.242	1.923	.062

a. Dependent Variable: Y1 Sumber : diolah pada 2022

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4.10 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi untuk variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar sebesar  $0,888 > 0,05$ . Harga (X2) sebesar  $0,000 < 0,05$ . Fasilitas (X3) sebesar  $0,062 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan terjadi gejala heteroskedastisitas antar variabel independen dalam model regresi. Hal ini dikarenakan ada variabel yang nilai signifikasinya kurang dari  $0,05$ .

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

#### a. Persamaan Regresi Linear Berganda

Berikut ini adalah hasil analisis regresi linear berganda menggunakan software SPSS For windows version 23.

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.789	2.713		.291	.773
X1	.009	.066	.014	.142	.888
X2	.501	.098	.667	5.118	.000
X3	.270	.140	.242	1.923	.062

Dependent Variable: Y1 Sumber : diolah pada 2022

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada tabel 4.8 dapat diperoleh persamaan regresi:

$$Y = 0,789 + 0,009 X1 + 0,501 X2 + 0,270 X3$$

Interpretasi dari persamaan model regresi diatas, sebagai berikut :

- 1) Konstanta = 0,789 menunjukkan apabila variabel kualitas pelayanan, harga dan fasilitas diasumsikan sama dengan nol (0), maka nilai dari kepuasan konsumen sebesar 0,789.
- 2) Nilai koefisien kualitas pelayanan = 0.009 menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan meningkat satu satuan, maka akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen sebesar 0,009 dengan asumsi variabel lain konstan.
- 3) Nilai koefisien harga = 0,501 menunjukkan bahwa apabila variabel harga meningkat satu satuan, maka akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen sebesar 0,501 dengan asumsi variabel lain konstan.

Nilai koefisien fasilitas = 0,270 menunjukkan bahwa apabila variabel fasilitas meningkat satu satuan, maka akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen sebesar 0,270 dengan asumsi variabel lain konstan

**a. Uji t (Uji Parsial)**

**Tabel 8. Hasil Uji t (Uji Parsial)  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.789	2.713		.291	.773
X1	.009	.066	.014	.142	.888
X2	.501	.098	.667	5.118	.000
X3	.270	.140	.242	1.923	.062

a. Dependent Variable: Y1 Sumber : diolah pada 2022

- 1) Hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu :

kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan pada tabel 4.9 tersebut dengan nilai konstan 5% atau 0,05 maka dapat dijelaskan pengaruh nilai signifikan pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,888 lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

**Kurniansyah, Ema Nurzainul H, Edy Djoko S**

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Bengkel Ahas Motor Nganjuk

2) Hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu :

Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Berdasarkan pada tabel 4.9 dengan nilai konstan 5% atau 0,05 maka dapat dijelaskan pengaruh nilai signifikan pada variabel harga sebesar 0,000 maka dapat disimpulkan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3) Hipotesis ketiga dalam penelitian ini yaitu :

Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Berdasarkan pada tabel 4.9 dengan nilai konstan 5% atau 0,05 maka dapat dijelaskan pengaruh nilai signifikan pada variabel vasilitas sebesar 0,062 maka

**b. Uji F (Uji Simultan)**

**Tabel 9. Hasil Uji F**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	313.632	3	104.544	38.893	.000 <sup>b</sup>
	Residual	96.768	36	2.688		
	Total	410.400	39			

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2  
Sumber : diolah pada 2022

Berdasarkan tabel 9 menunjukkan bahwa nilai signifikasi F sebesar 0,000 dengan probabilitas kurang dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasankonsumen.

**c. Uji Koefisien Determinasi (R2)**

**Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi (R2)**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.874 <sup>a</sup>	.764	.745	1.63952

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa nilai R square (koefisien determinasi) sebesar 0,764 yang artinya sebesar 76,4% variabel dependen kepuasan konsumen pada bengkel AHASS Nganjuk dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas. Sedangkan sisanya sebesar 23,6% dijelaskan oleh variabel diluar penelitian ini berdasarkan tabel, koefisien korelasi (R) menunjukkan angka 0,874 termasuk dalam kategori tingkat hubungan yang sangat kuat.

## Pembahasan

Dari hasil uji yang dilakukan oleh peneliti diperoleh penjelasan sebagai berikut:

### 1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan pengujian hipotesis mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara langsung. Hal ini terbukti dari nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Berdasarkan variabel lain yang mendasari penolakan hipotesis ini adalah adanya variabel-variabel luaran yang lebih berpengaruh, misalnya ada variabel intervening antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen.

### 2. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan pengujian hipotesis mengenai pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara langsung. Hal ini terbukti dari nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan barang atau jasa yang diinginkan disertai dengan kemampuan konsumen untuk membeli pada tingkat harga atau kondisi tertentu.

### 3. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen

## **Kurniansyah, Ema Nurzainul H, Edy Djoko S**

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Bengkel Ahass Motor Nganjuk

Berdasarkan pengujian hipotesis mengenai pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara langsung. Hal ini terbukti dari nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Namun hasil penelitian ini mendapat hasil bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis awal penelitian penulis.

### **Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Fasilitas (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada bengkel AHASS Motor Nganjuk. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan secara langsung tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel AHASS Nganjuk, ini terbukti melalui hasil uji signifikansi yang menunjukkan nilai sig kualitas pelayanan  $0,888 > 0,05$ . Hasil ini memberikan makna bahwa adanya peningkatan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada bengkel AHASS Nganjuk.
2. Harga secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel AHASS Nganjuk, ini terbukti melalui hasil uji signifikansi yang menunjukkan nilai sig harga  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini memberikan makna bahwa adanya ketepatan pemberian pada harga akan meningkatkan kepuasan konsumen pada bengkel AHASS Nganjuk.
3. Fasilitas secara langsung tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel AHASS Nganjuk, ini terbukti melalui hasil uji signifikansi yang menunjukkan nilai sig fasilitas  $0,062 > 0,05$ . Hasil ini memberikan makna bahwa adanya peningkatan fasilitas akan meningkatkan kepuasan konsumen pada bengkel AHASS Nganjuk.
4. Kualitas pelayanan, harga dan fasilitas secara bersama sama berpengaruh

positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel AHASS Nganjuk, ini terbukti melalui uji signifikansi yang menunjukkan nilai  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini memberikan makna bahwa kualitas pelayan, harga, dan fasilitas jika ditingkatkan akan menambah nilai kepuasan konsumen pada bengkel AHASS Nganjuk.

## Daftar Pustaka

- Adare, D., & Lenzun, J. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Aji, W. K. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pasien (Studi pada Pasien Klinik As Syifa di Kab. Bekasi). Skripsi.
- Apriyadi, D. (2017). Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu , Fasilitas Kereta Api Di Stasiun Purwosari. *Magistra*, 29(99).
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran (Dasar dan Konsep). In Pemasaran.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS IBM 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, H. (2017). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. In Frontier.
- Kotler dan Keller. (2012). *Marketing Manajemen* (14 ed.). harlow pearson.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). Marketing. In *BMC Public Health* (Vol. 5, Nomor 1).
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1ed.). Pandiva Buku.
- Laksana, F. (2017). Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis. In Graha Ilmu. Lupiyoadi, R. dan A. H. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Muhyi, M., Hartono, Budiyo, C. S., Satianingsih, R., Sumardi, Rifai, I., Zaman, Q. A., Astutik, P. E., & Fitriati, R. S. (2018). Penelitian (L. Nugraheni (ed.)). Adi Buana University Press.
- Mundir. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (1 ed.). STAIN Jember Press.
- Nirwana. (2014). Pengaruh Fasilitas Dan Opinion Leader Pada Hotel Ardan Bandung. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Nirwana. (2017). Indikator Kepuasan Pelanggan Menurut hawkins dan Lonney dikutip Oleh Tjiptono 2014 :101. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 1.
- Octavian, D., Widarko, A., & Wahono, B. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan konsumen (Studi Pada Bengkel Ahass Di Lowokwaru Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(12).
- Pantilu, D., Koleangan, R. A. M., & Roring, F. (2018). Kepuasan Pelanggan Pada

## **Kurniansyah, Ema Nurzainul H, Edy Djoko S**

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Bengkel Ahas Motor Nganjuk

- Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado The Effect Of Service Quality , Price And Facilities On Customer Satisfaction In Bendito Kawasan Megamas Manado Oleh : Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado, 6(4). Peter, P. J., &
- Olson, J. C. (2013). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. In Salemba Empat.
- Rahman, M., & Utomo, C. (2017). Analisis Biaya dan Permintaan dalam Penetapan Harga Pokok Penjualan Unit Apartemen Puncak Darmahusada. *Jurnal Teknik ITS*, 6(1). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v6i1.22423>
- Ritonga, H. M., Pane, D. N., & Rahmah, C. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2).
- Rusydi, G., Susanto, Y., & Harni. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Kompetensi, dan Motivasi Pegawai Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Kantor Pertanahan Kabupaten Musi Rawas. *Jurnal Media Ekonomi (JURMEK)*, 25(1).
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(6).
- Siyoto, S., & Sodik, A. M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.); 1 ed.). Literasi Media Publishing.
- Srijani, N., & Hidayat, A. S. (2018). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel & Conference Center. *Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 7(1). <https://doi.org/10.30741/wiga.v7i1.336>
- Stanton, william j. (2017). *fundamental of marketing*. Fundamental of Marketing.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Supranto. (2016). Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan atau Konsumen. *Insan*, 8(1).
- Tjiptono, F. (2017). Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. In 1.
- Wibisono, H. B., & Achsa, A. (2021). Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam melakukan servis kendaraan. *Image: Jurnal Riset Manajemen*, 9(2).
- Yudha, A., & Lestari, L. (2021). Peran Kepuasan Sebagai Mediator Kualitas Produk Pada Niat Beli Ulang (Studi Pengguna Sepeda Motor Yamaha Mio di Kabupaten Karanganyar). *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 10(2). <https://doi.org/10.52643/jam.v10i2.1010>
- Zakaria, R., Fahma, F., & Astuti, E. R. (2015). Perencanaan Strategi Pemasaran (Segmentation , Targetting dan Positioning ) Koran Harian Solopos Berdasarkan Persepsi Konsumen. *Performa*, 4(1).