Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu
Volume 3 ; Nomor 8 ; Agustus 2025 ; Page 25-37
Doi : https://doi.org/10.59435/gjmi.v3i8.1713
Website : https://gudangjurnal.com/index.php/gjmi
E-ISSN : 2988-5760

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bengkel Raharjo Motor Sidoarjo

Firda Yunita Purnama Santi

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, dan STIE IBMT Surabaya
fyunita2002@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel independen dan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Untuk populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Bengkel Raharjo Motor Sidoarjo. Dengan sample sebanyak 33 orang atau responden dengan menggunakan rumus *Slovin*. Teknik pengambilan sample menerapkan metode *accidental sampling*. Kemudian metode pengumpulan data melalui kuesioner berupa *google form* dan menggunakan analisis data deskriptif dan mengunakan SPSS yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda serta uji hipotesis yang meliputi uji t, uji F, koefisisen determinasi (R^2). Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhdap kepuasan pelanggan pada Bengkel Raharjo Motor Sidoarjo.

Kata Kunci: Pelayanan, Harga, Kepuasan

PENDAHULUAN

Era sekarang ini persaingan bisnis sudah menjadi hal biasa bagi pengusaha dalam dunia jasa servis otomotif. Untuk mencapai keunggulan dalam persaingan, salah satu faktor utama yang memengaruhi kualitas layanan yaitu kepuasan pelanggan pada suatu produk serta jasa bagi pelanggan. Supaya mendapat kepuasan pelayanan harus sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan dalam berkendara.

Demi mendukung perkembangan suatu layanan yang maksimal pada usaha jasa servis alat transportasi yaitu suatu bengkel harus memberikan kepuasan pelanggan guna menciptakan loyalitas pelanggan pada penggunaan jasa servis bengkel tersebut. Alat transportasi yaitu hal yang utama dalam padatnya suatu aktivitas dijalan terutama bagi pengguna sepeda motor. Supaya sepeda motor selalu dengan kondisi baik dalam berkendara maka diperlukan perawatan serta servis berkala.

Mulai banyak berkembangnya bengkel baru yang bermunculan serta meluas, sehingga menyebabkan persaingan antar usaha semakin ketat. Maka dalam kondisi tersebut menjadikan pengusaha bisa merencanakan langkah baru yang lebih baik pada kepuasan pelanggan. Demikian juga bengkel raharjo motor mengupayakan peningkatan kualitas pelayanan jasa bengkel untuk menarik minat pelanggan datang kembali.

Pendapat Arianto (2018) mengartikan kualitas pelayanan fokus pada memenuhi kebutuhan serta persyaratan pelanggan, serta tepat waktu supaya harapan mereka terpenuhi. Maka dari itu, supaya bisa mempertahankan pelanggannya pelaku bisnis harus memperhatikan faktor yang mendukung kepuasan pelanggan termasuk mengenai kualitas pelayanan serta harga.

Pendapat Salim et al (2020), harga yang ditetapkan oleh pemilik usaha dapat digunakan sebagai acuan dalam megukur kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merujuk pada apa yang diharapkan oleh pelanggan terhadap suatu produk atau layanan yang digunakan. Sehingga dari

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

persepsi pelanggan juga bisa mempertimbangkan dalam keputusan untuk memakai suatu jasa sesuai kebutuhan yang bisa memuaskannya.

Berdasarkan pra survei yang dilakukan oleh peneliti pada Bengkel Motor Raharjo, ditemukan bahwa pelanggan kerap kali tidak melanjutkan untuk mendapatkan layanan servis lebih lanjut dan sering beralih ke bengkel lainnya. Pemilik menduga bahwa fenomena ini disebabkan oleh durasi servis yang lama, kurangnya sistem pelayanan yang modern, serta minimnya pendekatan yang personal kepada para pelanggan. Maka dari itu, pemilik mendapati jumlah pelanggan yang belum stabil disetiap bulannya ditahun 2024.

Tabel 1. Jumlah Kendaraan Servis Tiap Bulan

Tahun	2024											
Bulan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Jumlah kendaraan service	37	29	33	25	27	22	30	32	26	38	35	40

Sumber: Bengkel “Raharjo Motor”

Berdasarkan tabel diatas bahwasanya jumlah kendaraan yang servis di bengkel sepeda motor Raharjo. Pelaku bisnis bengkel Raharjo Motor belum mendapati peningkatan yang stabil mengenai pelanggannya dikarenakan belum diketahui kepuasaan pelanggan mengenai kualitas pelayanan dan harga jasa service bengkel tersebut.

Kepuasan pelanggan sebagai acuan untuk meningkatkan kualitas layanan pelanggan yang sebagaimana seluruh anggota Bengkel Raharjo Motor memberikan hasil layanan yang optimal dan menjadikan tanggapan pelanggan yaitu hal penting supaya bisa mewujudkan kendaraan yang nyaman dipakai.

Definisi yang diberikan oleh Priharto (2020) menyatakan bahwasanya kepuasan pelanggan yaitu tingkat kepuasan yang dialami konsumen setelah menilai layanan atau produk yang diterimanya sesuai harapannya. Maka, bila pelanggan merasa puas dengan pelayanan serta tarif dari jasa servis dibandingkan dengan performa yang diterima, atau merasa senang dengan hasil dari jasa servis tersebut.

Berdasarkan latar belakang terkandung maka peneliti mengambil judul penelitiannya “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bengkel Raharjo Motor Sidoarjo”

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Bengkel Raharjo Motor Sidoarjo, dan sampel yang digunakan sebanyak 33 responden yang dipilih menggunakan teknik *accidental sampling* berdasarkan perhitungan rumus Slovin. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert yang disebarkan melalui Google Form, yang mencakup variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2), serta variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). Data yang diperoleh dianalisis menggunakan program SPSS dengan tahapan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis melalui uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Penelitian ini dilakukan di lokasi Bengkel Raharjo Motor, Jl. Kalijaten IV No.19, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo, dalam kurun waktu Maret hingga April 2025.

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

1. Uji Deskriptif

1.1 Deskripsi Data Penelitian

Penelitiannya memakai data primer yang didapat dengan cara memberi kuesioner memakai *google form*. Kuesioner tersebut dikirimkan oleh peneliti kepada pelanggan Bengkel Raharjo Motor. Pada penelitiannya sampel yang dipakai sebanyak 33 responden sebagai sampel penelitian memakai skala likert.

Peneliti mengolah jawaban kuesioner pada bentuk data meliputi 24 pernyataan yang mana Kualitas Pelayanan (X1) berjumlah 10 pernyataan, Harga (X2) berjumlah 8 pernyataan, serta Kepuasan Pelanggan (Y) berjumlah 6 pernyataan.

1.2 Deskripsi Responden

1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan..hasil penelitiannya yang dilakukan, didapat data mengenai jenis kelamin responden yang bisa dilihat pada table yaitu:

Tabel 2. Data Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentase
Laki-laki	21	64%
Perempuan	12	36%
Total	**33**	**100%**

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2025

Pada tabel 2 membuktikan bahwasanya karakteristik responden dari jenis kelamin pada pelanggan Bengkel Raharjo Motor yaitu laki-laki sebanyak 21 orang atau 64% dan perempuan sebanyak 12 orang atau 36%.

1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitiannya yang dilakukan, data mengenai usia responden yang bisa dilihat dari tabel yaitu:

Tabel 3. Data Usia Responden

Usia	Jumlah (Orang)	Presentase
17-24 tahun	13	39,4%
25-30 tahun	5	15,2%
31-36 tahun	3	9%
>36 tahun	12	36,4%
Total	**33**	**100%**

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2025

Pada tabel diatas membuktikan bahwasanya responden yang usia 17-24 tahun yaitu 13 orang atau 39,4%, 25-30 tahun yaitu 5 orang atau 15,2%, 31-36 tahun yaitu 3 orang atau 9%, serta usia lebih dari 36 tahun sebanyak 12 orang atau 36,4%.

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

2. Hasil Uji Instrumen Data

2.1 Uji Validitas

Uji validitas yaitu pengujian untuk mengetahui tingkat keabsahan suatu instrumen yang akan diuji coba pada responden. Suatu kuesioner di katakan valid bila pertanyaan atau pernyataan mampu guna mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesionernya (Sugiyono, 2019). Untuk melakukan uji validasi pada penelitiannya memakai program SPSS.

1. Bila r-hitungnya ≥ r-tabel, makan diyatakan valid.
2. Bila r-hitungnya <r-tabel, maka diyatakan tidak valid

2.1.1 Pengujian Validitas Kualitas Pelayanan

Tabel 4. Data Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Pernyataan	R-hitung	R-tabel	Signifikan	Keterangan
X1.1	0,579	0,3440	0,000	Valid
X1.2	0,552	0,3440	0,001	Valid
X1.3	0,614	0,3440	0,000	Valid
X1.4	0,482	0,3440	0,005	Valid
X1.5	0,608	0,3440	0,000	Valid
X1.6	0,587	0,3440	0,000	Valid
X1.7	0,598	0,3440	0,000	Valid
X1.8	0,662	0,3440	0,000	Valid
X1.9	0,617	0,3440	0,000	Valid
X1.10	0,449	0,3440	0,009	Valid

Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel diatas, membuktikan bahwasanya seluruh butir pernyataan pada variable Kualitas Pelayanan (X1) punya r-hitung ≥ r-tabel (0,3440). Sehingga data pada seluruh butir pernyataan variable Kualitas Pelayanan (X1) diyatakan valid.

2.1.2 Pengujian Validitas Harga

Tabel 5. Data Hasil Uji Validitas Harga

Pernyataan	R-hitung	R-tabel	Signifikan	Keterangan
X2.1	0,725	0,3440	0,000	Valid
X2.2	0,640	0,3440	0,000	Valid
X2.3	0,590	0,3440	0,000	Valid
X2.4	0,391	0,3440	0,000	Valid
X2.5	0,602	0,3440	0,000	Valid
X2.6	0,772	0,3440	0,000	Valid
X2.7	0,722	0,3440	0,000	Valid
X2.8	0,706	0,3440	0,000	Valid

Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel diatas, membuktikan bahwasanya seluruh butir pernyataan pada variable Harga (X2) punya r-hitungnya ≥ r-tabel (0,3440). Sehingga data pada seluruh butir pernyataan variable Harga (X2) diyatakan valid.

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

2.1.3 Pengujian Validitas Kepuasan Pelanggan

Tabel 6. Data Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Pernyataan	R-hitung	R-tabel	Signifikan	Keterangan
Y.1	0,716	0,3440	0,000	Valid
Y.2	0,737	0,3440	0,000	Valid
Y.3	0,467	0,3440	0,006	Valid
Y.4	0,660	0,3440	0,000	Valid
Y.5	0,718	0,3440	0,000	Valid
Y.6	0,666	0,3440	0,000	Valid

Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel diatas, membuktikan bahwasanya seluruh butir pernyataan pada variable Kepuasan Pelanggan (Y) mempunyai r-hitungnya ≥ r-tabel (0,3440). Sehingga data pada seluruh butir pernyataan variable Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan valid.

2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu uji kehandalan yang tujuannya untuk melihat seberapa jauh sebuah alat ukur bisa diandalkan ataupun dipercaya. Bila alat ukurnya dipakai berulang serta hasil yang didapat relative konsisten maka alat ukur tersebut dianggap handal (*reliable*) (Sukesi, 2020). Artinya, alat ukurnya akan memberi hasil pengukuran yang konsiten serta akurat bila proses pengukuran diulang.

1. Bila, nilai Cronbach Alpha ≥ 0,6, maka dikatakan reliable.
2. Bila, nilai Cronbach Alpha < 0,6, maka dikatakan tidak reliable.

Tabel 7. Data Hasil Uji Reliabilitas

No	Variable	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,774	≥ 0,6	Reliabel
2	Harga (X2)	0,798		
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,742		

Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel diatas, uji reliabilitas variable Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) serta Kepuasan Pelanggan (Y) menghasilkan Cronbach's Alpha ≥ 0,6, sehingga bisa dinyatakan bahwasanya semua instrumen memenuhi kriteria uji reliabilitas.

2.3 Uji Asumsi Klasik

2.3.1 Uji Normalitas

Pendapat Ghozali (2021: 196) tujuannya untuk menguji apakah pada model regresi, variable pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Pada penelitiannya uji normalitas dilengkapi dengan uji Kolmogorov-Smirnow dengan taraf signifikasi 0,05. Pengambilan keputusan dari kriterinyaa yaitu:

1. Datanya dikatakan terdistribusi normal, bila nilai signifikasi > 0,05 atau 5%.
2. Datanya dikatakan tidak terdistribusi normal, bila nilai signifikasi < 0,05 atau 5%.

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

Tabel 8. Data Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		33
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.80153493
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.098
	Negative	-.105
Kolmogorov-Smirnov Z		.604
Asymp. Sig. (2-tailed)		.859
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas residual pada tabel diatas, menunjukan bahwasanya nilai Asymp. Sig. (2-tailed) atau nilai signifikan ≥ 0,05 yaitu 0,859, sehingga bisa dinyatakan bahwasanya data yang di uji pada penelitian terdistribusi normal.

2.3.2 Uji Multikolonieritas

Pendapat Ghozali (2021: 157) tujuannya untuk menguji apakah model regresi yang ditemukan adanya kolerasi antar variable bebas. Multikolonieritas bisa dilihat dari nilai toleransi serta nilai VIF. Nilai cut off yang umum dipakai dalam mendeteksi adanya multikolonieritas yaitu tolerancenya < 0,10 atau sama dengan VIFnya > 10.

Tabel 9. Data Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.370	1.818		.204	.840		
	Kualitas Pelayanan	.123	.111	.177	1.115	.274	.214	4.682
	Harga	.584	.123	.755	4.761	.000	.214	4.682
a. Dependent Variable: Kepuasaan Pelanggan								

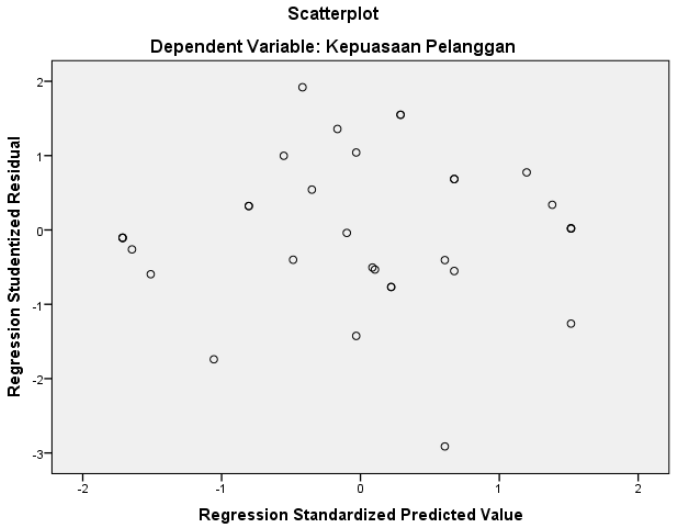
Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji Multikolinearitas pada tabel diatas, menunjukan bahwasanya variable independent mendapatkan nilai VIF ≤ 10 yaitu 4,682 serta Tolerance ≥ 0,10 yaitu 0,214, sehingga bisa dinyatakan bahwasanya model regresi yang dipakai tidak mengalami masalah multikolinearitas yang signifikan.

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

2.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yaitu bagian dari uji asumsi klasik pada analisis regresi yang tujuannya untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengematan ke pengamatan lain.



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan pada gambar 4.1 hasil uji Heteroskedastisitas menunjukan bahwasanya adanya pola menyebar diatas serta di bawah 0 pada sumbu Y, maka bisa dinyatakan hasil uji tersebut tidak terjadi Heteroskedastisitas.

2.4 Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2018) mengungkapkan bahwasanya regresi linier yaitu Pengembangan dari analisis regresi sederhana yang melibatkan dua atau lebih variable independen guna memprediksi nilai dari variable dependen. Berikut model analisis regresi linear berganda yaitu:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + B3X3 + e \text{ …….(3)}$$

Keterangan:

Y	= Variable kepuasan pelanggan
a	= Konstanta
b1, b2, b3	= Koefisien regresi
X1	= Variable kualitas pelayanan
X2	= Variable harga
e	= Standart Error atau tingkat kesalahan yang bisa ditolerir

Tabel 10. Data Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.370	1.818		.204	.840
	Kualitas Pelayanan	.123	.111	.177	1.115	.274
	Harga	.584	.123	.755	4.761	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS, 2025

Penjelasan:

1. Nilai konstanta a membuktikan nilai sebesar 0,370, yaitu kontanta atau keadaan saat variable kepuasan pelanggan belum dipengaruhi oleh variable lainnya yaitu variable kualitas pelayanan (X1) serta harga (X2). Bila variable independen tidak ada maka variable kepuasan pelanggan tidak mengalami perubahannya.
2. Besarnya nilai koefisien regresi β_1 (variable kualitas pelayanan (X1)) yaitu 0,123 bernilai positif pada kepuasan pelanggan, yang berarti bahwasanya bila kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1 nilai, maka mempengaruhi kepuasan pelanggannya yaitu 0,123.
3. Besarnya nilai koefisien regresi β_2 (variable harga (X2)) yaitu 0,584 bernilai positif, sehingga bila harga mengalami kenaikan 1 nilai, maka maka mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu 0,584.
4. Residual (e) yaitu perbedaan antara nilai observasi sebenarnya dari Kepuasan Pelanggan (Y) dan nilai prediksi dari Kepuasan Pelanggan (Y) dari model regresi. Residual juga mencakup pengaruh dari semua variable yang tidak termasuk dalam model, atau variasi yang tidak bisa dijelaskan oleh variable independen Kualitas Pelayanan (X1) serta Harga (X2).

2.5 Uji Hipotesis

2.5.1 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 11. Data Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.916[a]	.839	.828	.82782
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan				

Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS, 2025

Berdasarkan pada data diatas dipengaruhi nilai R2 yaitu 0,839 atau 83,9%. Jadi bisa disimpulkan bahwasanya besarnya pengaruh variable kualitas pelayanan dan harga pada kepuasan pelanggan sebesar 0,839 (83,9%).

2.5.2 Uji Statistik t

Pendapat Ghozali (2021:148), uji statistik t dipakai untuk membuktikan seberapa jauh satu variable independen secara individual guna menerangkan variasi variable dependen. Berikut ketentuan penerimaan ataupun penolakan hipotesisnya:

1. Secara parsial variable independen punya pengaruh secara signifikan pada variable dependen, bila t hitungnya > t tabel atau probabilitasnya < tingkat signya < 0,05.
2. Secara parsial variable independen tidak punya pengaruh secara signifikan pada variable dependen, bila t hitungnya < t tabel atau probabilitasnya > tingkat signya > 0,05.

T tabel = t (a/2 : n - k -1)

= t (0,025 : 33 - 2 - 1)

= t (0,025 : 30)

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

= 2,04227

Berdasarkan hasil distribusi pada nilai t-tabel, maka ditentukan nilai t-tabel yaitu 2,04227. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan uji t didapat t-hitung dari nilai koefisien yang tepat dilihat pada tabelnya membuktikan bahwasanya:

Tabel 12. Data Hasil Uji t variable Kualitas Pelayanan

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.276	2.370		.117	.908
	Kualitas Pelayanan	.590	.067	.847	8.861	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS, 2025

1) Secara parsial, pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) pada Kepuasan Pelanggan (Y). Diketahui nilai sig 0,000 < 0,05 serta nilai t hitungnya 8.861 > 2,04227, sehingga bisa disimpulkan bahwasanya H1 diterima yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara variable Kualitas Pelayanan (X1) pada Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 13. Data Hasil Uji t variable Harga

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.324	1.611		.822	.417
	Harga	.705	.057	.912	12.394	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS, 2025

2) Secara parsial, pengaruh Harga (X2) pada Kepuasan Pelanggan (Y). Diketahui nilai sig 0,000 < 0,05 serta nilai t hitungnya 12.394 > 2,04227, hingga bisa disimpulkan bahwasanya H2 diterima yang berarti bisa pengaruh yang signifikan antara variable Harga (X2) pada Kepuasan Pelanggan (Y).

2.5.3 Uji Statistik t

Uji statistik F yaitu indikasi melihat uji parsial, bila nilai sig. F nilai α (5%) artinya semua variable independen mempunyai pengaruh pada variable dependen (Ghozali, 2021:148). Uji statistik F dipakai unuk mengetahui apakah variable independen mempengaruhi variable dependen.

F tabel = F (2 : n - k -1)

= F (2: 33 - 2 - 1)

= F (2 : 30)

= 3,32

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

Tabel 14. Data Hasil Uji F

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	106.956	2	53.478	78.038	.000[b]
	Residual	20.559	30	.685		
	Total	127.515	32			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan						

Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji F berikut, diketahui nilai signifikasinya 0,000 ≤ 0,05 serta nilai F hitungnya 78.038 ≥ 3,32, hingga bisa disimpulkan H1 diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama pada variable Kualitas Pelayanan (X1) serta Harga (X2) pada Kepuasan Pelanggan (Y).

PEMBAHASAN

Penelitian tujuannya untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga pada kepuasan pelanggan Bengkel Raharjo Motor Sidoarjo. Interpretasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan serta harga pada kepuasan pelanggan Bengkel Raharjo Motor Sidoarjo, yaitu:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini melibatkan 33 responden dari pelanggan Bengkel Raharjo Motor Sidoarjo yang mayoritas berusia 17-24 tahun sebanyak 13 orang atau 39,4% dan didominasi oleh laki-laki. Uji validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator kualitas pelayanan (X1) valid dengan r hitung (0,579, 0,552, 0,614, 0,482, 0,608, 0,587, 0,598, 0,662, 0,617, 0,449) lebih besar dari r tabel (0,3440).

Hal tersebut juga dibuktikan dengan pernyataan X1.7 yaitu “Bengkel Raharjo Motor Sidoarjo mengutamakan kepentingan pelanggan” sebanyak 23 responden atau 70% menjawab sangat setuju mengenai indikator empati. Dan uji reliabilitas memperoleh nilai Cronbach’s Alpha sebesar 0,774 ≥ 0,6, yang berarti semua instrumen memenuhi kriteria uji reliabilitas.

Berdasarkan hasil uji t membuktikan bahwasanya pernyataan H1 bisa di terima, diketahui nilai signya 0,000 < 0,05 serta nilai t hitung 8.861 > 2,04227, sehingga bisa disimpulkan bahwasanya H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variable kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggannya. dari tabel 4.12 hasil uji F berikut, diketahui nilai signifikasinya 0,000 ≤ 0,05 serta nilai F hitung 78.038 ≥ 3,32, hingga bisa disimpulkan H1 diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan pada variable kualitas pelayanan dan harga pada kepuasan pelanggannya.

Dengan hal itu membuktikan bahwasanya cara untuk memuaskan pelanggan dengan cara memberi pelayanannya dengan baik. Dengan adanya hal tersebut, maka terciptanya kepuasan pelanggan. Sehingga pelanggan akan membandingkan pelayanan yang sudah diterima. Bila pelangganpelanggan sangat merasa sudah puas, pelanggan akan melakukan pembelian ulang dan memberikan ulasan yang baik dan menceritakan pengalamannya kepada teman ataupun banyak orang bahwasanya perusahaannya bagus serta bersedia merekomendasikan pada rang lain untuk

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

memakai jasa ditempat yang sama. Hasil penelitiannya sesuai dengan penelitian yang diteliti oleh (Dodi Iswandi Erwin, 2024) yang mengemukakan bahwasanya variable kualitas pelayanan berpengaruh positif serta signifikan pada kepuasan pelanggannya.

2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini melibatkan 33 responden dari pelanggan Bengkel Raharjo Motor Sidoarjo yang mayoritas berusia 17-24 tahun sebanyak 13 orang atau 39,4% dan didominasi oleh laki-laki. Uji validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator harga (X2) valid dengan r hitung (0,725, 0,640, 0,590, 0,391, 0,602, 0,772, 0,722, 0,706) lebih besar dari r tabel (0,3440).

Hal tersebut juga dibuktikan dengan pernyataan X2.3 yaitu "Harga servis sesuai dengan kualitas produk suku cadang pada Bengkel Raharjo Motor Sidoarjo" sebanyak 22 responden atau 66,7% menjawab sangat setuju mengenai indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Dan uji reliabilitas memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,798 ≥ 0,6, yang berarti semua instrumen memenuhi kriteria uji reliabilitas. Dan berdasarkan hasil uji t membuktikan bahwasanya pernyataan H1 bisa di terima, diketahui nilai sig 0,000 < 0,05 serta nilai t hitungnya 12.394 > 2,04227, sehingga bisa disimpulkan bahwasanya H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variable Harga pada Kepuasan Pelanggan.

Maka, Bengkel Raharjo Motor Sidoarjo harus mampu memberi harga yang berbeda dengan bengkel lain serta pelayanannya yang berbeda pula. Sehingga harganya yang bersaing yang ditawarkan oleh Bengkel Raharjo Motor Sidoarjo mampu menarik jumlah pelanggannya serta meningkatkan kepuasan pelanggan yang memakai jasa dari tempat service itu. Temuan ini sesuai dengan penelitian yang diteliti oleh Taufiqurrohman (2021) yang mengemukakan bahwasanya harga berpengaruh positif serta signifikan pada kepuasan pelanggannya.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini melibatkan 33 responden dari pelanggan Bengkel Raharjo Motor Sidoarjo yang mayoritas berusia 17-24 tahun sebanyak 13 orang atau 39,4% dan didominasi oleh laki-laki. Uji validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator kepuasan pelanggan (Y) valid dengan r hitung (0,716, 0,737, 0,467, 0,660, 0,718, 0,666) lebih besar dari r tabel (0,3440).

Hal tersebut juga dibuktikan dengan pernyataan Y.5 yaitu "Bengkel Raharjo Motor Sidoarjo mengenai kualitas pelayanan dan harga servis layak untuk direkomendasikan kepada teman atau keluarga" sebanyak 20 responden atau 61,1% menjawab sangat setuju mengenai indikator kesediaan merekomendasikan. Dan uji reliabilitas memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,742 ≥ 0,6, yang berarti semua instrumen memenuhi kriteria uji reliabilitas.

Hasil uji F menunjukkan bahwa diketahui nilai signifikasinya 0,000 ≤ 0,05 serta nilai F hitungnya 78,038 ≥ 3,32. Sehingga bisa disimpulkan, yang berarti terdapat pengaruh signifikan pada variable kualitas pelayanan serta harga secara simultan pada kepuasan pelanggan dinyatakan H3 diterima. Temuan ini sesuai dengan penelitian yang diteliti oleh Mardiana Nandalesti (2022) yang mengemukakan bahwasanya kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan dari data yang penulis peroleh dari penelitiannya mengenai pengaruh kualitas pelayanan serta harga pada kepuasan pelanggan Bengkel Raharjo Motor Sidoarjo sebagaimana yang sudah diteliti pada skripsi ini maka bisa ditarik kesimpulan yaitu:

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

1. Variable kualitas pelayanan

   Ada pengaruh positif serta signifikan antara kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan Bengkel Raharjo Motor Sidoarjo. Semakin baiknya mengenai kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan Bengkel Raharjo Motor Sidoarjo. Hal tersebut bisa dilihat dari uji signifikan parsial (Uji statistik t), maka hipotesis yang menyataan bahwasanya kualitas pelayanan punya pengaruh positif serta signifikan pada kepuasan pelanggan Bengkel Raharjo Motor Sidoarjo.
2. Variable harga

   Ada pengaruh positif dan signifikan antara harga pada kepuasan pelanggan Bengkel Raharjo Motor Sidoarjo. Semakin kompetitif mengenai harga yang diberikan pada pelanggan maka akan semakin meningkat rasa puas oleh pelanggan Bengkel Raharjo Motor Sidoarjo. Hal tersebut bisa dilihat dari uji signifikan parsial, maka hipotesis yang menyataan bahwasanya harga punya pengaruh positif serta signifikan pada kepuasan pelanggan Bengkel Raharjo Motor Sidoarjo.
3. Variable kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan pada variable kepuasan pelanggan

   Berdasarkan hasil uji F, terdapat pengaruh signifikan secara simultan pada variable Kualitas Pelayanan (X1) serta Harga (X2) pada Kepuasan Pelanggan (Y) di Bengkel Raharjo Motor Sidoarjo.

DAFTAR PUSTAKA

Asti Eka, Ayuningtyas Eka. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen*. EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis 1 (01), 1-14.

Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan KepuasanPelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam, 3*(1), 1. https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463 (diakses 20 Februari 2025).

Dodi Iswandi Erwin (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng.* . https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/40221(diakses 22 Februari 2025)

Fandy Tjiptono. (2015). Strategi Pe masaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.

Ghozali (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*.

Handayani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu

Kasmir. (2016). *Kewirausahaan*. PT.Raja Grafindo.

Kotler dan Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1& 2.Jakarta: PT. Indeks.

Muhammad Samsudin. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Repaint Hasna Motor Di Kota Makassar.* https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/40650-Full_Text.pdf. (diakses 22 Februari 2025)

Nanda Kurnia Ayu. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo*. https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/7622/. (diakses 10 Maret 2025)

Priansa, Donni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, edisi kedua, cetakan pertama, penerbit : Alfabeta, Bandung

Priharto, S. (2020). *Indikator Kepuasan Pelanggan: Pengertian, Jenis, dan Fungsinya Bagi Bisnis*. Accurate. https://accurate.id/marketingmanajemen/indikator-kepuasan-pelanggan/ (diakses 22 Februari 2025)

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

Purwanti, A dan Wahdiniwaty, R. (2017). *Analisis kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kewajaran harga pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan pada cinderella school of english for children di bandung. Jimm unikom, 62-75*

Rita Dwi Saputri. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia*. https://repository.uir.ac.id/14196/. (diakses 20 April 2025)

Savyra Dwi Putri dan Rully. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Auto Service Cempaka Baru*. https://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/panoramanusantara/article/view/2281. (diakses 30 April 2025)

Sugiyono, P. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Edisi ke-2 Bandung: Alfabeta.

Sukesi. (2020). Riset Pemasaran: Disertasi Contoh-contoh dan Studi Kasus. In Unitomo Press.

Taufiqurrohman. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bengkel Karisma 2 Motor Bangkalan *The Effect of Service Quality, Price and Location on Customer Satisfaction at Karisma 2 Motor Workshop* Bangkalan. Skripsi. STKIP PGRI Bangkalan.

Tjiptono, Fandy. (2017). *Service Management*. Yogyakarta: ANDI.

Umar Husein. (2015). Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.