

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel UD. Jaya Utama Motor Mojokerto

Anis Putri Rahmawati¹⁾, Wahyudi²⁾, Eny Nuraeni³⁾

^{1,2,3} Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto , Jawa Timur Indonesia

Email: anisputri6633@gmail.com¹, wahyudimokhamad@gmail.com², enynuraeni648@gmail.com³

Article History : Received: 02-09-2023 Accepted: 06-04-2025 Publication: 25-04-2025

Abstract: *The purpose of this study was to determine the effect of service quality, price, and location on customer satisfaction at UD. Jaya Utama Motor Mojokerto partially, simultaneously or dominantly. The research method used is a quantitative method. The population in this study were UD workshop customers. Jaya Utama Motor Mojokerto. The sample in this study amounted to 80 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression, the coefficient of determination and hypothesis testing using the SPSS version 26 program. Based on the results of the study, it is shown that the results of the multiple linear regression coefficients are $Y = 2.126 + 0.461 X_1 + 0.236 X_2 + 0.771 X_3$. The service quality variable partially influences customer satisfaction. The price variable partially affects customer satisfaction. Location variables partially affect customer satisfaction. Variables of service quality, price and location simultaneously affect customer satisfaction. Location variable has the most dominant influence on customer satisfaction.*

Abstrak : *Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Jaya Utama Motor Mojokerto secara parsial, simultan atau dominan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan bengkel UD. Jaya Utama Motor Mojokerto. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan menggunakan program SPSS versi 26. Berdasarkan hasil penelitian ditunjukkan hasil koefisien regresi linier berganda yaitu $Y = 2,126 + 0,461 X_1 + 0,236 X_2 + 0,771 X_3$. Variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Variabel harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Variabel lokasi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Variabel lokasi mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan.*

Keywords : *Service Quality, Price, Location and Customer Satisfac*

PENDAHULUAN

Perkembangan arus globalisasi yang semakin besar saat ini membawa dampak yang besar pula dalam dunia bisnis. Salah satu dampak akibat berkembangnya arus globalisasi ini adalah perkembangan industri otomotif yang juga mengalami peningkatan yang cukup pesat pada alat transportasi. Kepadatan aktivitas menuntut kendaraan yang dipakai harus aman dan nyaman. Untuk itu, kendaraan atau mobil

yang digunakan wajib senantiasa dalam kondisi baik. Karena hal ini, seiring berjalannya waktu semakin banyak pelaku usaha di industri jasa bengkel dengan berbagai harga dan fasilitas yang beragam memberikan pilihan kepada konsumen dalam menggunakan jasa bengkel.

Dalam memasuki persaingan yang semakin kompetitif, setiap perusahaan harus secara mutlak dapat memuaskan pelanggan, di mana kepuasan pelanggan akan tercipta manakala keinginan dan harapan dapat diwujudkan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan yang maksimal, kesesuaian pemberian harga produk atau jasa dan pemilihan lokasi yang strategis merupakan strategi yang tepat dalam mewujudkan setiap keinginan dan harapan pelanggan.

Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019:61) Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Krisdayanto (2018:3) Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas produk atau jasa, atau lebih jelasnya adalah jumlah nilai yang diberikan oleh pelanggan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan sebuah produk atau jasa. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:359) menyatakan bahwa place (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran.

Salah satu usaha yang merasakan persaingan yang ketat saat ini adalah bengkel mobil, khususnya bengkel UD. Jaya Utama Motor Mojokerto. Penjualan bengkel UD. Jaya Utama Motor Mojokerto mengalami kenaikan dan penurunan setiap bulannya. Naik turunnya penjualan bengkel UD. Jaya Utama Motor Mojokerto dikarenakan banyaknya kompetitor atau pesaing yang membuka usaha di bidang sejenis. Selain itu naik turunnya penjualan pada bengkel UD. Jaya Utama Motor Mojokerto juga terjadi karena kurangnya kepuasan pelanggan akibat kualitas pelayanan yang diberikan kadang baik kadang kurang baik serta harga yang ditetapkan kurang bersaing atau terlalu mahal, sehingga membuat kepuasan pelanggan belum tercapai. Menghadapi permasalahan tersebut, bengkel UD. Jaya Utama Motor Mojokerto harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan demi profitabilitas usaha di masa mendatang. Selain itu di perlukan pemahaman yang serius dari pihak bengkel UD. Jaya Utama Motor Mojokerto terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan volume penjualan dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggannya.

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut : 1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, 2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, 3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan, 4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan, 5. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Dengan populasi sebanyak 80 orang pelanggan Bengkel UD. Jaya Utama Motor Mojokerto. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non-probability sampling. Adapun metode pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling insidental. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel yaitu pelanggan bengkel UD. Jaya Utama Motor Mojokerto yang berjumlah 80 responden yang didapat dari teori Roscoe dalam Sugiyono. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah tanggapan responden dari hasil kuesioner dengan menggunakan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji normalitas, analisis regresi linier berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS versi 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji validasi dari item-item pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan pelanggan maka diperoleh hasil uji validasi sebagaimana pada tabel 1

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,828	0,2199	Valid
	X1.2	0,563		Valid
	X1.3	0,725		Valid
	X1.4	0,762		Valid
	X1.5	0,796		Valid
Harga (X2)	X2.1	0,734	0,2199	Valid
	X2.2	0,621		Valid
	X2.3	0,686		Valid
	X2.4	0,749		Valid
Lokasi (X3)	X3.1	0,710	0,2199	Valid
	X3.2	0,664		Valid
	X3.3	0,749		Valid
	X3.4	0,659		Valid
Kepuasan Pelanggan	Y.1	0,590		Valid

(Y)	Y.2	0,611		Valid
	Y.3	0,543		Valid
	Y.4	0,529		Valid
	Y.5	0,496		Valid
	Y.6	0,517		Valid
	Y.7	0,548	0,2199	Valid

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 1, diketahui bahwa semua item pertanyaan dari masing – masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai rhitung > rtabel sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini valid.

Sedangkan hasil uji realibilitas variabel kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan pelanggan maka diperoleh hasil uji realibitas sebagaimana pada tabel 22

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Rerata Mimun	Kualifikasi
Kualitas Pelayanan	0.789	>0,6	Reliabel
Harga	0.645	>0,6	Reliabel
Lokasi	0.631	>0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.610	>0,6	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa nilai *alpha cronbach* semua item pernyataan > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan variabel dinyatakan reliabel.

Sedangkan uji Uji Normalitas pada variabel tersebut digambarkan pada tabel 3

Tabel 3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Unstandardized Residual	
N	80	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000

Cite this article as :

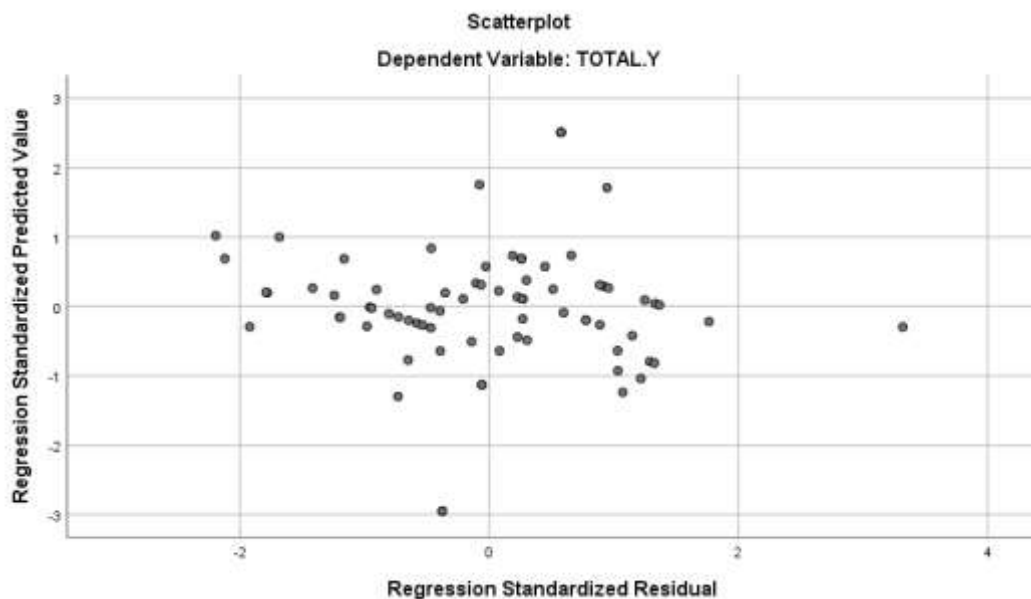
Putri, A., Wahyudi, W., & Nuraeni, E. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel UD. Jaya Utama Motor Mojokerto. *Miftah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.61231/miftah.v3i1.146>

Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0

Most Extreme Differences	Std. Deviation	2,06015550
	Absolute	,057
	Positive	,057
	Negative	-,053
Test Statistic		,057
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 3 diketahui nilai signifikansinya adalah $0,200 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal pada gambar 1 Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan gambar 1 dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas karena penyebaran titik – titik data tidak berbentuk pola. Sedangkan pada hasil uji multikolinearitas diperoleh sebagaimana pada tabel 4

Tabel 4 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,126	1,603		1,327	,189		

Kualitas Pelayanan	,461	,080	,398	5,762	,000	,714	1,400
Harga	,236	,114	,151	2,073	,042	,642	1,558
Lokasi	,771	,119	,483	6,461	,000	,610	1,638

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4 diketahui bahwa nilai Tolerance variabel Kualitas Pelayanan (X1) 0,714 , variabel Harga (X2) 0,642 , dan variabel Lokasi (X3) 0,610 ketiganya $> 0,10$ maka dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas. Sedangkan dengan uji t diperoleh hasil sebagaimana pada tabel 5

Tabel 5 Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,126	1,603		1,327	,189
	Kualitas Pelayanan	,461	,080	,398	5,762	,000
	Harga	,236	,114	,151	2,073	,042
	Lokasi	,771	,119	,483	6,461	,000

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 5 dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai Sig. $0,000 < 0,05$, variabel Harga memiliki nilai Sig $0,042 < 0,05$ dan variabel Lokasi memiliki nilai Sig $0,000 < 0,05$ yang berarti masing – masing memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan pada uji F diperoleh hasil sebagaimana pada tabel 6

Tabel 6 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	957,392	3	319,131	72,336	,000 ^b
	Residual	335,295	76	4,412		
	Total	1292,687	79			

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 6 diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan diketahui nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan variabel X yang terdiri dari Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Lokasi (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Sedangkan pada uji Koefisien Determinasi pada tabel 7 diperoleh

Tabel 7 Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,861 ^a	,741	,730	2,100	1,673

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

b. Dependent Variable: TOTAL.Y

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan hasil 7 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi Adjusted R-Square sebesar 0,730. Artinya semua variabel independen (bebas) secara simultan berpengaruh sebesar 73,0% terhadap variabel dependen (terikat) yaitu kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 27,0 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini. Pada uji dominan pada tabel 8 diperoleh hasil

Tabel 8 Uji Dominan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,126	1,603		1,327	,189
	Kualitas Pelayanan	,461	,080	,398	5,762	,000
	Harga	,236	,114	,151	2,073	,042
	Lokasi	,771	,119	,483	6,461	,000

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan data pada tabel 8 diketahui bahwa nilai koefisien beta variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,398 lebih besar dari nilai koefisien beta variabel Harga (X2) sebesar 0,151 dan nilai koefisien beta variabel Lokasi (X3) sebesar 0,483. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi (X3) adalah variabel bebas yang berpengaruh paling dominan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Cite this article as :

Putri, A., Wahyudi, W., & Nuraeni, E. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel UD. Jaya Utama Motor Mojokerto. *Miftah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.61231/miftah.v3i1.146>

Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Harga berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan. Pada uji dominan dapat diketahui bahwa variabel Lokasi memiliki nilai koefisien beta terbesar yang mengartikan bahwa variabel Lokasi berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka kesimpulan berkaitan dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan bengkel UD. Jaya Utama Motor Mojokerto adalah sebagai berikut : 1) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, 2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, 3) Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, 4) Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, 5) Variabel lokasi adalah variabel bebas paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena memiliki nilai koefisien beta lebih besar dari pada nilai koefisien beta variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Harga.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. 1(2), 83–101.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan). Deepublish
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, R. R. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian”(Studi Kasus Pada Pembeli Gula Aren Sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P. dan Armstrong. (2018). Prinsip-prinsip Marketing, Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Cite this article as :

Putri, A., Wahyudi, W., & Nuraeni, E. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel UD. Jaya Utama Motor Mojokerto. *Miftah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.61231/miftah.v3i1.146>

Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0

Laksana, Fajar. (2019). Manajemen Pemasaran. Depok : Khalifah Mediatama.

Manengal, B., Kalangi, J. A., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Motor Ando Tombatu. *Productivity*, 2(1), 42- 46.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Cetakan Ke-23. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet.

Taupik Ismail, R. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung, *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(1), 1124–1135.