

The background of the page is a complex, artistic representation of musical notation. It features multiple curved staves that sweep across the page from the bottom left towards the top right. Each staff contains various musical symbols, including notes, stems, beams, and rests, rendered in black and grey. The overall effect is a sense of dynamic movement and rhythm.

Jurnal
MANDIRI[™]
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

www.jurnalmandiri.com

ISSN : 2580-3220, E-ISSN : 2580-4588
 J. Mandiri., Vol. 4, No. 1, Juni 2020 (26 - 37)
 ©2018 Lembaga Kajian Demokrasi
 dan Pemberdayaan Masyarakat (LKD-PM)
 DOI : <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.106>

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Service di Dealer Honda Wahana Ciputat

Putri Nilam Kencana

Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang
 dosen01877@unpam.ac.id

Kasdiyo

Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang
 kazdiyo@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Service di Dealer Honda Wahana Ciputat. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan eksplanasi deskriptif. Teknik sampel yang digunakan adalah Accidental Sampling dengan jumlah responden sebanyak 100. Adapun metode analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien korelasi, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis penelitian. Dari hasil penelitian diketahui bahwa kualitas pelayanan mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0.489, nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($8.742 > 1.985$) dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0.000 < 0,05$). Artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Menurut perkiraan jika kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0.516. Hasil analisis menunjukkan harga memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.486, nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($7.342 > 1.985$) dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0.000 < 0,05$). Artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan tafsiran, jika harga meningkat sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.486. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai kontribusi sebesar 0.712, nilai F_{hitung} sebesar $123.278 > 3.09$, nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Artinya kualitas pelayanan dan harga secara simultan memiliki kemampuan menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 71,2% sedangkan sisanya sebesar 18,8% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

Abstract

The purpose of this study was to determine the Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction in Service Users at the Wahana Ciputat Honda Dealer. The research method used is quantitative with descriptive explanation. The sample technique used is Accidental Sampling with 100 respondents. The analytical method used is validity test, reliability test, correlation coefficient test, multiple linear regression test, coefficient of determination test and test the research hypothesis. The results of the analysis show the quality of service has a regression coefficient value of 0.489, the value of t_{count} is greater than t_{table} ($8,742 > 1,985$) and the significant value is smaller than 0.05 ($0,000 < 0.05$). This means that H_a is accepted and H_0 is rejected. With interpretation, if service quality increases by 1 unit, customer satisfaction will increase by 0.516. The analysis shows that the price has a regression coefficient of 0.486, the value of t is greater than t_{table} ($7,342 > 1,985$) and the significant value is smaller than 0.05 ($0,000 < 0.05$). This means that H_a is accepted and H_0 is rejected. With interpretation, if the price increases by 1 unit, customer satisfaction will increase by 0.486. The results of the analysis show that

service quality and price simultaneously have a significant effect on customer satisfaction with a contribution value of 0.712, a F_{count} value of $123.278 > 3.09$, a significance value of $0.000 < 0.05$. This means that service quality and price simultaneously have the ability to explain variable customer satisfaction by 71.2% while the remaining 18.8% is explained by other variables outside this study.

Keywords : Service Quality, Price, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Tingginya tingkat persaingan dalam manual produk mengindikasikan bahwa salah satu faktor penting untuk sebuah perusahaan yaitu kepuasan konsumen pada produk yang dipasarkan sehingga daya kompetitif lebih tinggi dan membantu mencapai keberhasilan yang diharapkan oleh perusahaan perusahaan. Oliver (2017:31), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah satu satu elemen penting dalam pemasaran dan berperan secara signifikan dipasar.

Menurut data *web* resmi masing-masing dari sumbernya tercatat jumlah unit cabang dealer yang berada di Tangerang Selatan, Honda memiliki dealer resmi sekitar 10 dealer penjualan & servis, sedangkan dealer Yamaha sendiri ada 18 dealer penjualan & servis dan suzuki motor ada 5 dealer penjualan & servis. Angka ini tentunya menjadi faktor bagi perusahaan untuk menyadari betapa pentingnya strategi pemasaran yang akan di tetapkan untuk melawan kompetitornya (Yamaha).

Berdasarkan lokasi pemasaran, dapat dilihat bahwa lokasi Dealer Honda Wahana cabang Ciputat strategis daripada yang lainnya. Bisa dilihat dari lokasinya yang berada di pinggir jalan raya Ciputat. Lalu dilihat juga berdasarkan fasilitas tempat parkir, dapat dikatakan area yang dimiliki Dealer Honda Wahana cabang Ciputat sangat kondusif, dan cukup strategis hingga mudah dijangkau. Namun beberapa tahun belakangan ini, pengunjung atau pembeli kendaraan di Dealer Honda Wahana cabang Ciputat diketahui menurun berdasarkan data yang diperoleh dari Departemen Penjualan di bawah ini.

Tabel 1. Data Penjualan Dealer PT Wahanaartha Ritelindo Cabang Ciputat

No	Tahun	Penjualan Dalam Unit	Pertumbuhan (%)	Keterangan
1	2018 (Januari/Kuartal I s.d September/ Kuartal III)	78	-61%	Turun

2	2017	198	-2%	Turun
3	2016	203	12%	Naik
4	2015	182	-9%	Turun
5	2014	200	-7%	Turun
6	2013	214	-	-
Rata-rata		179	-13%	Turun

Sumber: Dealer Honda Wahana cabang Ciputat (2018)

Menurut tabel 1, dalam periode enam tahun belakangan ada tren penurunan penjualan pada Dealer Honda Wahana Cabang Ciputat. Faktanya adalah pada 2018 (data Kuartal I – Kuartal III) menurun secara signifikan dimana bagian penjualan hanya mampu menjual 78 unit motor yang menunjukkan sebesar -61% terjadi penurunan (menurut dari tahun 2017), sedangkan di periode 2017 hanya mencapai -2% pertumbuhan, 2016 mengalami pertumbuhan sebesar 12%, dan pertumbuhan sebesar -9% pada tahun 2015 serta pertumbuhannya sebesar -7% pada tahun 2014. Dari data-data ini dapat dilihat bahwa terjadi penurunan penjualan dan pada enam tahun belakangan terjadi stagnasi, di mana penjualan tidak meningkat secara drastis. Selama beberapa tahun berikutnya juga tidak ada perubahan yang berarti pada penjualan. Maka dapat disimpulkan bahwa ada kendala atau permasalahan dalam penjualan yang dialami oleh Dealer Honda Wahana Cabang Ciputat.

Tabel 2. Jumlah Komplain

Tahun	Jumlah Pelanggan (Orang)	Jumlah Komplain (Orang)	%
2013	214	23	11%
2014	200	48	24%
2015	182	40	22%
2016	203	39	19%
2017	198	34	17%

Sumber: Dealer Honda Wahana Cabang Ciputat (2018)

Berdasarkan data di atas diketahui jumlah komplain pelanggan Dealer Honda Wahana Cabang Ciputat. Adanya komplain menjelaskan

ketidakpuasan konsumen atau pelanggan terhadap perusahaan. Data di atas memperlihatkan bahwa jumlah pelanggan atau konsumen yang komplain terhadap Dealer Honda Wahana Cabang Ciputat pada tahun 2013 sebanyak 23 komplain, pada tahun 2014 sebanyak 48 komplain, 40 komplain pada tahun 2015, 39 komplain pada tahun 2016 dan 34 komplain pada tahun 2017.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik mengadakan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Service Di Dealer Honda Wahana Ciputat”.

Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka dibuatlah pembatasan masalah agar penelitian ini menjadi lebih terfokus dan tujuan dari penelitian bisa tercapai dan hipotesis bisa dijawab Penelitian terhadap kualitas pelayanan berdasarkan pada aspek, *tangible* (kasat mata), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (Jaminan), dan *empathy* (empati), penelitian pada harga berdasarkan aspek, terjangkau, kewajaran, metode pembayaran, kesesuaian harga dengan manfaat. Penelitian terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan pada aspek, kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan. Penelitian dilakukan di Dealer Honda Wahana Ciputat yang beralamat di Jl. Ir. H. Juanda No. 43, Cempaka Putih, Ciputat, Tangerang Selatan, dan dengan waktu pelaksanaan penelitian dilakukan selama 3 bulan, mulai dari bulan September 2019 hingga November 2019.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kuantitatif yang diolah dengan aplikasi statistic. Dilaksanakan di Dealer Honda Wahana Ciputat yang berlokasi di Jl. Ir. H. Juanda, No. 43, Cempaka Putih, Ciputat, Tangerang Selatan. Untuk menentukan sampel penelitian maka digunakan teknik *Accidental Sampling*. Teknik *insidental sampling* ini menurut pendapat Sugiyono (2012:122) adalah metode yang menentukan

sampel menurut kebetulan. Dimana objek atau narasumber penelitian tidak direncanakan lebih dahulu namun bertemu begitu saja secara kebetulan dan dianggap layak untuk memberikan data terkait penelitian. Pelanggan pada pengguna jasa service di Dealer Honda Wahana Ciputat yang sedang melakukan service dipilih menjadi sampel penelitian. Berdasarkan data dari Dealer Honda Wahana Cabang Ciputat pada tahun 2018 tercatat ada 133 pelanggan. Selanjutnya data ini yang digunakan oleh penulis dalam menentukan jumlah sampel. Untuk menentukan jumlah sampel paling sedikit maka digunakan pedoman penentuan sampel. Penelitian ini kemudian memilih menerapkan rumus dari Slovin dalam Umar Husein (2012:108) yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel
- N = Jumlah populasi
- e² = Presisi yang ditetapkan / eror

$$n = \frac{133}{1 + (133 \times 5\%^2)}$$

$$\frac{133}{1 + (133 \times 0.0025)}$$

$$\frac{133}{1.33} = 99,81 \text{ digenapkan menjadi } 100$$

Menurut hasil perhitungan tersebut maka dibutuhkan 100 orang sebagai sampel penelitian. Kepada sampel penelitian tersebut akan diserahkan kuesioner untuk diisi per individu.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

Kualitas Pelayanan

Kotler dan Armstrong (2014:18) menjelaskan bahwa jasa merupakan kegiatan atau tindakan yang tidak berwujud namun bisa ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain namun tidak serta merta mempengaruhi kepemilikan pada suatu hal yang relevan pada produk materi ataupun tidak.

Hurriyati (2010:28) mengutip pendapat Zeithamal dan Bitner menjelaskan bahwa jasa diinterpretasikan sebagai kegiatan ekonomi yang menghasilkan selain produk dalam makna fisik, pada prinsipnya tidak mempunyai bentuk dan bisa dihasilkan secara bersama-sama dan mendapatkan nilai tambah.

Harga

Harga yang ditetapkan untuk suatu produk ataupun layanan adalah faktor yang menentukan untuk permintaan pasar. Posisi kompetisi antara satu perusahaan lainnya dapat dipengaruhi oleh harga serta dapat memberikan pengaruh pada *marketshare*-nya. Program pemasaran perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh harga yang ditetapkan atas suatu produk atau jasa maka dari itu harga adalah bagian dari *marketing mix* yang bisa memberikan profil untuk perusahaan.

Harga adalah penentu untuk biaya jasa dan pelayanan yang kita butuhkan. (Swastha dan Irawan, 2014:147). Dapat dikatakan juga bahwa harga merupakan nilai uang yang harus dibayar oleh pembeli dan akan diterima oleh penjual.

Dharmesta dan Irawan (2015:11) menjelaskan harga merupakan nilai uang yang diperlukan dalam mendapatkan produk dan juga jasa yang ditawarkan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut pendapat Kotler dan Keller (2012:78), rasa senang ataupun kecewa dari seorang pembeli setelah membeli barang dan melakukan penilaian dan perbandingan pada hasil dan juga harapannya. Kepuasan merupakan aspek terkait pengalaman dan perbandingan yang kemudian membentuk penilaian bisa memuaskan kebutuhan secara mental, rohani tidak saja karena merasakan kenyamanan namun juga sesuai dengan bayangan dan juga harapan. Kepuasan seorang pembeli bukanlah emosi namun wujud dari penilaian dan juga emosi.

Tjiptono (2012:146), menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah penilaian setelah membeli produk yang sebelumnya dilakukan lebih dulu pertimbangan dan pilihan untuk menghasilkan

outcome yang sesuai atau melebihi harapan pembeli, sementara rasa tidak puas muncul jika hasil tidak sesuai dengan ekspektasi pembeli.

Menurut defenisi-defenisi yang telah dijelaskan tersebut maka kesimpulan yang bisa ditarik yaitu kepuasan konsumen merupakan hasil yang sesuai dengan harapan. Pembeli akan membuat estimasi atau perhitungan mengenai produk atau jasa yang akan diperolehnya sebelum membelinya. Sementara itu kinerja yang dirasakan merupakan persepsi konsumen pada produk atau jasa yang ia terima.

Hasil Analisis Kuesioner

Karakteristik Responden

Untuk penelitian responden menggunakan 100 orang konsumen yang datang ke Dealer Honda Wahana. Kepada 100 orang responden tersebut diberikan kuesioer secara langsung. Rangkuman informasi karakteristik responden penelitian dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	58	58%
2	Perempuan	42	42%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Dapat dilihat berdasarkan tabel diatas yaitu ada 58 orang atau 58% dan responden adalah laki-laki dan ada 42 orang atau 42% adalah perempuan. Oleh karena itu jumlah sampel minimum yang digunakan sudah sesuai yakni 100 responden.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	15 - 25 tahun	23	23%
2	26 - 35 tahun	36	36%
3	36 - 45 tahun	22	22%
4	> 46 tahun	19	19%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Dapat dilihat berdasarkan tabel diatas yaitu ada 36 orang atau 36%, responden berusia di antara 26-35 tahun, kemudian 23 orang atau 23% responden berusia 15-25 tahun, ada 22 orang atau 22% dan responden berusia 36-45 tahun, dan

sama dengan di atas 46 tahun sebanyak 19 orang atau 19%. Artinya bahwa pelanggan di Dealer Honda Wahana mempunyai latar belakang yang bervariasi baik dari usia, dan juga kalangan.

Tabel 5. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Status

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar	15	15%
2	Pegawai / Karyawan	34	34%
3	Wirausaha	48	48%
4	Ibu Rumah Tangga	3	3%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Menurut tabel di atas, pelanggan Dealer Honda Wahana 15 orang merupakan pelajar, dari sebanyak 34 orang merupakan pegawai/karyawan, dari kalangan wirausaha sebanyak 48 orang

dan dari kalangan ibu rumah tangga sebanyak 3 orang.

Deskripsi Data Hasil Kuesioner

“Pada bagian ini akan dilakukan analisis deskriptif data kuesioner yang sudah disebarakan pada 100 responden. Dengan rincian seperti pada tabel 6 dibawah ini”:

Tabel 6. Kriteria Penilaian Rata-Rata Kuesioner

No	Kriteria	Disingkat	Skor Nilai
1	Sangat Baik	SB	4,20 - 5,00
2	Baik	B	3,40 - 4,19
3	Cukup/Kurang Baik	CB/KB	1,60 - 3,39
4	Rendah	R	1,80 - 2,59
5	Sangat Rendah	SR	1,00 - 1,79

Sumber: Istijanto (2014:85)

Tabel 4. Hasil Uji Deskriptif Angka Indeks

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS	Total	Rata-rata	Kategori
		5	4	3	2	1			
Indikator Kasat Mata									
1	Tampilan Gedung Dealer Honda Wahana bagus	200	168	36	10	1	415	4.15	Baik
2	Desain ruangan Dealer Honda Wahana menarik	205	164	36	12	0	417	4.17	Baik
Indikator Keandalan									
3	Suasana di Dealer Honda Wahana membuat pelanggan nyaman/betah (ruangan ber-AC dan tidak gaduh)	205	168	33	12	0	418	4.18	Baik
4	Fasilitas di Dealer Honda Wahana lengkap (TV, Internet, dll)	195	176	36	10	0	417	4.17	Baik
Indikator Daya Tanggap									
5	Karyawan Dealer Honda Wahana tanggap terhadap kebutuhan pelanggan	195	160	51	4	2	412	4.12	Baik
6	Karyawan Dealer Honda Wahana cepat dalam memperbaiki kendaraan	75	260	54	4	0	393	3.93	Baik
Indikator Jaminan									
7	Karyawan Dealer Honda Wahana bersikap ramah kepada pelanggan	65	248	66	6	0	385	3.85	Baik
8	Karyawan Dealer Honda Wahana bersikap sopan kepada pelanggan	125	228	48	4	0	405	4.05	Baik
Indikator Jaminan									
9	Karyawan Dealer Honda Wahana perhatian terhadap kebutuhan pelanggan	75	232	69	6	1	383	3.83	Baik
10	Karyawan Dealer Honda Wahana peduli terhadap kebutuhan pelanggan	200	172	36	10	0	418	4.18	Baik
Kualitas pelayanan		154	198	47	8	0	406	4.06	Baik

Sumber: Data primer diolah (2018)
Keterangan: rata-rata di peroleh [total / jumlah responden (100)]

Berdasarkan “tabel di atas diketahui kualitas pelayanan Dealer Honda Wahana dipersepsikan Baik dengan rata-rata jawaban sebesar 4,06. Adapun kualitas pelayanan Dealer Honda Wahana yang dipersepsikan paling rendah adalah indi-

kator empati yakni kuesioner No. 9 dengan rata-rata jawaban sebesar” 3,83 yang berbunyi “Karyawan Dealer Honda Wahana perhatian terhadap kebutuhan pelanggan”.

Tabel 8. Data Kuesioner Harga

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS	Total	Rata-rata	Kategori
		5	4	3	2	1			
Indikator Terjangkau									
1	Harga service di Dealer Honda Wahana terjangkau	155	212	36	6	1	410	4.10	Baik
2	Harga suku cadang di Dealer Honda Wahana standar	180	160	45	18	0	403	4.03	Baik
3	Harga service di Dealer Honda Wahana sesuai dengan kemampuan pelanggan	180	196	39	4	0	419	4.19	Baik
Indikator Keandalan									
4	Harga service di Dealer Honda Wahana adalah harga pada umumnya (pasaran)	205	164	48	4	0	421	4.21	Sangat Baik
5	Dealer Honda Wahana sering mengadakan promo yaitu diskon (potongan harga) terhadap pembelian suku cadang tertentu	125	124	111	10	2	372	3.72	Baik
Indikator Metode Pembayaran									
6	Metode pembayaran di Dealer Honda Wahana dapat dilakukan secara tunai	90	208	78	8	0	384	3.84	Baik
7	Metode pembayaran di Dealer Honda Wahana dapat dilakukan secara Debet	70	256	63	2	0	391	3.91	Baik
Indikator Kesesuaian Harga									
8	Harga service di Dealer Honda Wahana sesuai dengan manfaatnya	115	224	60	2	0	401	4.01	Baik
9	Harga suku cadang di Dealer Honda Wahana sesuai dengan kualitasnya	110	232	51	6	0	399	3.99	Baik
10	Harga motor di Dealer Honda Wahana sesuai dengan tipenya	130	212	51	8	0	401	4.01	Baik
Harga		136	199	58	7	0	400	4.00	Baik

Sumber: Data primer diolah (2018)
Keterangan: rata-rata di peroleh [total / jumlah responden (100)]

Menurut tabel tersebut dapat “dilihat bahwa harga jasa service dan suku cadang di Dealer Honda Wahana dipersepsikan Baik dengan rata-rata jawaban sebesar 4,00. Adapun harga pada Dealer Honda Wahana yang dipersepsikan pa-

ling rendah adalah indikator kewajaran yakni kuesioner No. 5 dengan rata-rata jawaban sebesar 3,72” yang berbunyi “Dealer Honda Wahana sering mengadakan promo yaitu diskon (potongan harga) terhadap pembelian suku cadang tertentu”.

Tabel 9. Data Kuesioner Kepuasan pelanggan

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS	Total	Rata-rata	Kategori
		5	4	3	2	1			
Indikator Kesesuaian harapan									
1	Service di Dealer Honda Wahana hasilnya sesuai dengan keinginan pelanggan	200	164	54	0	1	419	4.19	Baik
2	Membeli suku cadang di Dealer Honda Wahana kualitasnya terjamin	215	136	63	4	0	418	4.18	Baik
3	Membeli motor di Dealer Honda Wahana banyak pilihan	150	172	78	2	0	402	4.02	Baik
Indikator Minat berkunjung kembali									
4	Dealer Honda Wahana memiliki citra yang baik	150	188	48	8	3	397	3.97	Baik
5	Saya merasa puas jika service di Dealer Honda Wahana	150	212	39	4	2	407	4.07	Baik
6	Saya puas dengan pelayanan di Dealer Honda Wahana	195	160	57	2	1	415	4.15	Baik
Indikator Kesiediaan merekomendasikan									
7	Saya bersedia mengajak keluarga untuk service di Dealer Honda Wahana	165	172	69	2	0	408	4.08	Baik

8	Saya bersedia menyarankan kepada teman-teman untuk service di Dealer Honda Wahana	170	160	75	2	0	407	4.07	Baik
9	Saya Bersedia mereferensikan Dealer Honda Wahana kepada teman-teman	175	188	51	2	0	416	4.16	Baik
10	Saya bersedia memberikan testimoni (pengalaman pribadi) baik tentang kualitas service di Dealer Honda Wahana	185	144	75	4	0	408	4.08	Baik
Kepuasan Pelanggan		176	170	61	3	1	410	4.10	Baik

Sumber: Data primer diolah [2018]
Keterangan: rata-rata di peroleh [total / jumlah responden [100]]

Berdasarkan tabel di atas diketahui kepuasan pelanggan Dealer Honda Wahana secara umum dipersepsikan Baik dengan rata-rata jawaban sebesar 4,10. Adapun kepuasan pelanggan Dealer Honda Wahana yang dipersepsikan paling rendah adalah indikator "Minat berkunjung kembali yakni kuesioner No. 4 dengan rata-rata jawaban sebesar 3,97 yang berbunyi "Dealer Honda Wahana memiliki citra yang baik".

Pembahasan

Uji Validitas

"Uji validitas untuk penelitian ini adalah dengan nilai r_{tabel} 0,195 sebagai pembanding (Sugiyono, 2012:524). Maka dari itu apabila suatu kuesioner memiliki nilai $R_{product\ Moment}$ lebih besar dari r_{tabel} maka dapat disimpulkan kuesioner tersebut valid. Dengan penggunaan *software* SPSS 22 maka hasil uji validitas yang diperoleh adalah sebagai berikut."

Tabel 10. Uji Validitas Variabel Kualitas pelayanan (X₁)

No	Kriteria	R Product Moment	r _{tabel}	Kesimpulan
1	Tampilan Gedung Dealer Honda Wahana bagus	0,722	0,195	Valid
2	Desain ruangan Dealer Honda Wahana menarik	0,830	0,195	Valid
3	Suasana di Dealer Honda Wahana membuat pelanggan nyaman/betah (ruangan ber-AC dan tidak gaduh)	0,824	0,195	Valid
4	Fasilitas di Dealer Honda Wahana lengkap (TV, Internet, dll)	0,886	0,195	Valid
5	Karyawan Dealer Honda Wahana tanggap terhadap kebutuhan pelanggan	0,919	0,195	Valid
6	Karyawan Dealer Honda Wahana cepat dalam memperbaiki kendaraan	0,713	0,195	Valid
7	Karyawan Dealer Honda Wahana bersikap ramah kepada pelanggan	0,705	0,195	Valid

8	Karyawan Dealer Honda Wahana bersikap sopan kepada pelanggan	0,497	0,195	Valid
9	Karyawan Dealer Honda Wahana perhatian terhadap kebutuhan pelanggan	0,737	0,195	Valid
10	Karyawan Dealer Honda Wahana peduli terhadap kebutuhan pelanggan	0,801	0,195	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 22, 2018

Menurut tabel di atas, dapat dilihat bahwa keseluruhan pernyataan (kuesioner) variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai $R_{Products\ Moment}$ lebih besar dari r_{tabel} dengan demikian kesimpulan yang bisa ditarik adalah kuesioner variabel kualitas pelayanan yang diajukan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 11. Uji Validitas Variabel Harga (X₂)

No	Kriteria	R Product Moment	r _{tabel}	Kesimpulan
1	Harga service di Dealer Honda Wahana terjangkau	0,652	0,195	Valid
2	Harga suku cadang di Dealer Honda Wahana standar	0,684	0,195	Valid
3	Harga service di Dealer Honda Wahana sesuai dengan kemampuan pelanggan	0,532	0,195	Valid
4	Harga service di Dealer Honda Wahana adalah harga pada umumnya (pasar)	0,673	0,195	Valid
5	Dealer Honda Wahana sering mengadakan promo yaitu diskon (potongan harga) terhadap pembelian suku cadang tertentu	0,707	0,195	Valid
6	Metode pembayaran di Dealer Honda Wahana dapat dilakukan secara tunai	0,519	0,195	Valid
7	Metode pembayaran di Dealer Honda Wahana dapat dilakukan secara Debet	0,679	0,195	Valid
8	Harga service di Dealer Honda Wahana sesuai dengan manfaatnya	0,415	0,195	Valid
9	Harga suku cadang di Dealer Honda Wahana sesuai dengan kualitasnya	0,694	0,195	Valid
10	Harga motor di Dealer Honda Wahana sesuai dengan tipenya	0,464	0,195	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 22, 2018

Menurut tabel di atas, dapat dilihat dari seluru pernyataan (kuesioner) variabel harga mempunyai nilai *R Products Moment* lebih besar dari r_{tabel} kesimpulan yang dapat ditarik yaitu kuesioner variabel harga yang diajukan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 12. Uji Validitas Variabel Kepuasan pelanggan (Y)

No	Kriteria	R Product Moment	r_{tabel}	Kesimpulan
1	Service di Dealer Honda Wahana hasilnya sesuai dengan keinginan pelanggan	0,677	0,195	Valid
2	Membeli suku cadang di Dealer Honda Wahana kualitasnya terjamin	0,641	0,195	Valid
3	Membeli motor di Dealer Honda Wahana banyak pilihan	0,681	0,195	Valid
4	Dealer Honda Wahana memiliki citra yang baik	0,729	0,195	Valid
5	Saya merasa puas jika service di Dealer Honda Wahana	0,643	0,195	Valid
6	Saya puas dengan pelayanan di Dealer Honda Wahana	0,643	0,195	Valid
7	Saya bersedia mengajak keluarga untuk service di Dealer Honda Wahana	0,732	0,195	Valid
8	Saya bersedia menyarankan kepada teman-teman untuk service di Dealer Honda Wahana	0,806	0,195	Valid
9	Saya Bersedia mereferensikan Dealer Honda Wahana kepada teman-teman	0,745	0,195	Valid
10	Saya bersedia memberikan testimoni (pengalaman pribadi) baik tentang kualitas service di Dealer Honda Wahana	0,700	0,195	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 22, 2018

Menurut “tabel di atas, dapat dilihat bahwa semua pernyataan (kuesioner) variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai *R Products Moment* lebih besar dari r_{tabel} kesimpulan dari hasil tersebut adalah” kuesioner variabel kepuasan pelanggan yang diajukan dalam penelitian ini adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji “reliabilitas yang digunakan pada penelitian ini yaitu kriteria minimum *cronbach alpha* 0,60 (Sugiyono, 2012:190). Artinya jika suatu variabel memiliki nilai *cronbach alpha* sama dengan lebih besar (\geq) dari 0,60 maka kesimpulannya adalah kuesioner variabel tersebut sudah reliabel.” Berikut hasil *output* SPSS 22 uji reliabilitas dalam penelitian ini:

Tabel 13. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Kriteria Minimum	Kesimpulan
1	Kualitas Pelayanan	0,921	0,60	Reliabel
2	Harga	0,807	0,60	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan	0,885	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 22, 2018

Menurut “tabel yang telah dicantumkan, maka bisa dilihat bahwa semua variabel (kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan) mempunyai nilai *cronbach alpha* lebih besar ($>$) dari 0,60 dengan demikian kesimpulan yang bisa ditarik adalah kuesioner” variabel dalam penelitian ini adalah reliabel dan bisa lanjut untuk analisis berikutnya (analisis Regresi).

Uji Asumsi Klasik

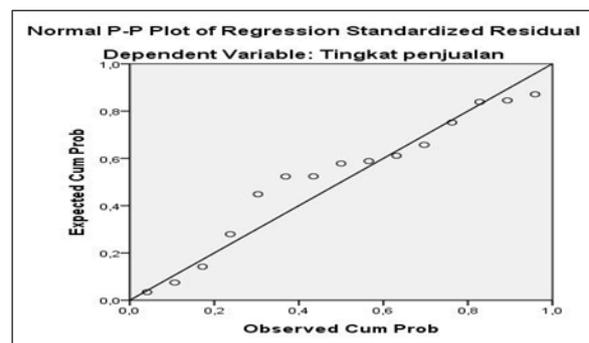
Uji Normalitas

Tabel 14. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,28356288
Most Extreme Differences	Absolute	.106
	Positive	.106
	Negative	-,077
Kolmogorov-Smirnov Z		1.047
Asymp. Sig. (2-tailed)		.741
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Data diolah SPSS 22, 2018

Berdasarkan “tabel di atas, diketahui bahwa nilai Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0.741 lebih besar dari kriteria minimum 0.05 (Ghozali, 2016:102), maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini” telah memenuhi kriteria normalitas.



Gambar 1. Uji Normalitas

Uji Multikolinearitas

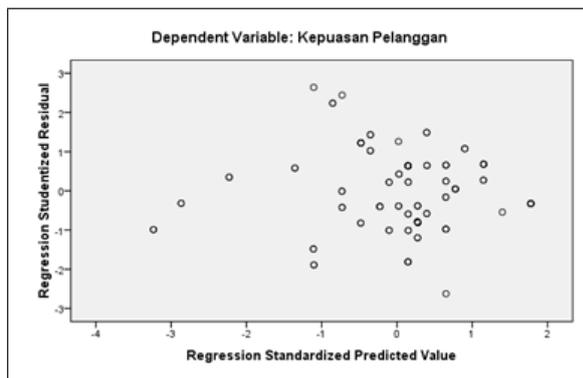
Tabel 15. Uji Multikolinearitas

Model	Sig.	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1 (Constant)	.462		
Kualitas Pelayanan	.000	.775	1.290
Harga	.000	.775	1.290

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22, 2018

Dari hasil olah data di atas, bisa dilihat bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai VIF sebesar 1.290 dan nilai VIF harga sebesar 1.290, di mana kedua nilai VIF variabel tersebut lebih kecil dari 10 (kriteria uji multikolinearitas, Ghozali; 2016:112), kesimpulan yang dapat ditarik yaitu bahwa data dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar di atas, diketahui jika data menyebar secara merata baik pada ruang positif maupun pada ruang negatif. Kesimpulan yang bisa ditarik adalah apabila data dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi heteroskedastisitas.

Uji Koefisien Korelasi

Sugiyono (2012:2100) mengemukakan pedoman penilaian uji koefisien korelasi sebagai berikut:

Tabel 16. Pedoman Penilaian Uji Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat rendah
2,00 - 0,399	Rendah
4,00 - 0,599	Sedang
6,00 - 0,799	Kuat

8,00 - 1,000	Sangat Kuat
--------------	-------------

Sumber: Sugiyono (2012:2100)

Berikut adalah hasil pengujian koefisien korelasi diberikan menurut *output* SPSS 22 sebagai berikut:

Tabel 17. Uji Koefisien Korelasi

Correlations				
		Kualitas Pelayanan	Harga	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.474**	.749**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
Harga	Pearson Correlation	.474**	1	.704**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.749**	.704**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22, 2018

Berdasarkan tabel di atas, bisa disimpulkan bahwa nilai korelasi variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sebesar 0.749 masuk pada kategori “kuat”. Sedangkan nilai korelasi antara harga dengan kepuasan pelanggan sebesar 0.704 masuk pada kategori kuat. Sehingga bisa dikatakan juga bahwa ada hubungan yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan harga dengan kepuasan pelanggan.

Uji Regresi Linear

Tabel 18. Uji Regresi Linear

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.024	2.741		.739	.462
	Kualitas Pelayanan	.489	.056	.536	8.742	.000
	Harga	.486	.066	.450	7.342	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22, 2018

Berdasarkan “hasil olah data di atas, maka dapat dikemukakan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut: $= a + \beta^1 X^1 + \beta^2 X^2$

$$Y = 2.024 + 0.489X^1 + 0.486X^2$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan pelanggan
- a (konstanta) = 2.024
- b (koefisien regresi) = Koefisien Kualitas pelayanan sebesar 0.489
- Koefisien Harga sebesar 0.486

Kesimpulan yang bisa diambil dari persamaan di atas terkait Nilai konstanta sebesar 2.024 dapat diinterpretasikan bahwa walaupun meskipun tidak terdapat pengaruh dari variabel kualitas pelayanan dan harga, kepuasan pelanggan terhadap Dealer Honda Wahana tetap terbentuk sebesar 2.024. Kualitas pelayanan menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Indikatornya adalah nilai koefisien regresi sebesar 0.489, nilai t_{hitung} sebesar 8.742 lebih besar dari 1.985 ($8.742 > 1.985$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0.000 < 0.05$). Harga terbukti mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan indikator nilai koefisien regresi sebesar 0.486, nilai t_{hitung} sebesar 7.342 lebih besar dari 1.985 ($7.342 > 1.985$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0.000 < 0.05$).

Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (uji t)

Dalam uji signifikan (uji t) maka terlebih dahulu ditentukan T_{tabel} sebagai pembanding, dengan cara:

$$Df = n - k$$

$$\text{nilai sig} = 0,05$$

keterangan:

- n = jumlah sampel (sampel dalam penelitian ini sebanyak 100)
- k = jumlah variabel bebas dan terikat (3)
- Df = $100 - 3 = 97$

Oleh karena itu berdasarkan penjelasan Sugiyoni (2012:523) tentang T_{tabel} oleh karena itu nilai T_{tabel} yang diperoleh adalah sebesar 1.985. Dibawah ini disertakan hasil uji t penelitian.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 19. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.024	2.741		.739	.462
	Kualitas Pelayanan	.489	.056	.536	8.742	.000

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat dikemukakan sebagai berikut:

- Persamaan Regresi $Y = 2.024 + 0.489$ (kualitas pelayanan)
- $T_{hitung} = 8.742$
- Nilai Signifikan = 0.000

Berdasarkan keterangan tersebut di atas, maka dapat dikemukakan penjelasan Bahwa nilai konstanta sebesar 2,024“mempunyai arti, bahwa walau tidak ditemukan adanya pengaruh dari variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan tetap terbentuk sebesar 2,024. Variabel Kualitas pelayanan mempunyai” nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($8.742 > 1.985$) dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0.000 < 0,05$). Artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Koefisien regresi sebesar 0.489, artinya kualitas pelayanan memiliki nilai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0.489. Dengan tafsiran, jika kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.489.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan pelanggan

Tabel 20. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.024	2.741		.739	.462
	Harga	.486	.066	.450	7.342	.000

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat dikemukakan sebagai berikut:

- Persamaan Regresi $Y = 2,024 + 0.486X_2$
- $T_{hitung} = 7.342$
- Nilai Signifikan = 0.000

Berdasarkan keterangan tersebut di atas, maka dapat dikemukakan penjelasan bahwa nilai konstanta sebesar 2,024 memiliki arti, meskipun tidak ada pengaruh dari variabel harga, kepuasan pelanggan tetap terbentuk sebesar 2,024. Variabel Harga mempunyai nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($7.342 > 1.985$) dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0.000 < 0,05$). Artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Koefisien regresi sebesar 0.486, artinya harga mempunyai nilai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0.486. Dengan tafsiran, jika harga meningkat sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebanyak 0.486.

Uji Simultan (uji f)

Tabel 21. Uji simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1499.411	2	749.705	123.278	.000 ^a
	Residual	589.899	97	6.081		
	Total	2089.310	99			
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan						
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22, 2018						

Berdasarkan tabel di atas, “dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 123.278 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3.09 ($123.278 > 3.09$) dan nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,05 ($0.000 < 0.05$). Kesimpulan yang bisa ditarik yaitu bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.”

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 22. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.847 ^a	.718	.712	2.466
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				
Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22, 2018				

Menurut tabel tersebut di atas, “bahwa nilai kontribusi (*Adjusted R Square*) variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,712. Artinya kualitas pelayanan dan harga memiliki kemampuan menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 71,2% sedangkan sisanya sebesar 18,8% dijelaskan oleh” variabel lain di luar penelitian ini.

SIMPULAN

Pelayanan “mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0.489, nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($8.742 > 1.985$) dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0.000 < 0,05$). Artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Menurut estimasi, apabila kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan naik” sebesar 0.516. Hasil analisis menginformasikan bahwa harga mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0.486, nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($7.342 > 1.985$) dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0.000 < 0,05$). Artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan perkiraan apabila harga naik sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0.486 Hasil analisis ini bisa diartikan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan mempunyai pengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan dengan nilai kontribusi sebesar 0.712, nilai F_{hitung} sebesar $123.278 > 3.09$, nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Artinya kualitas pelayanan dan harga secara simultan mempunyai kemampuan menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 71,2% sedangkan sisanya sebesar 18,8% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, P. (2011). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. Semarang: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Dharmesta, & Irawan. (2015). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Edisi Kedua.
- “Haryono, E. W., & Danang D. (2016). *Analisis*

- Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. DMS Tour And Travel*. Sekolah Tinggi Manajemen Transportasi: Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik, Vol. 2 No 2 Januari.
- Hasibuan, H., & Malayu S. P. (2014). *Manajemen Dasar. Pengertian dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Januar E. P., & Ai L. Y. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung*. Universitas Pelita Harapan: DeReMa Jurnal Manajemen. Vol. 11 No. 2, September; 265-289.
- Kencana, P. N. (2017). *Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pada Tip Top Supermarket Ciputat*. PEKOBIS: Jurnal Pendidikan, Ekonomi, dan Bisnis, 1(4), 53-64.
- Kotler, P., & Gary, A. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Gary, A. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan. (2010). *Management Marketing*. Air Asia: Journal of A Case Study in Air Asia, Hal. 21.
- Lupiyoadi, R., & A. Hamdani. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Oliver. (2017). *Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings*. Journal of Retailing. 57(3), 25-48.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B. (2012). *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*. Yogyakarta: BPF.
- Swastha, B., & Irawan. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.