



## Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon

Syahidin<sup>1</sup>, Adnan<sup>2</sup>.

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Gajah Putih, Blang Bebangka Kecamatan Pegasing, 24560, Aceh Tengah

[syahidin161@gmail.com](mailto:syahidin161@gmail.com)

**Abstrak :** Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon dan Bagaimanakah pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon, dan Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan menggunakan data harga dan lokasi pada usaha Bengkel Andika Teknik Kemili Takengon. Data dikumpulkan menggunakan wawancara dan questioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan pengujian signifikan menggunakan uji t dan uji F serta uji koefisien determinasi  $R^2$ . Hasil penelitian menunjukkan bahwa diperoleh Persamaan regresi linier berganda  $Y = 0,359X_1 + 0,249X_2$ . Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,359 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi terhadap harga semakin baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Nilai koefisien regresi variabel pelayanan sebesar 0,249 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi terhadap lokasi semakin baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Uji parsial (Uji t), dari hasil pengujian terhadap koefisien regresi dengan thitung didapat nilai thitung harga sebesar 4,879 ( $X_1$ ) > ttabel 1,991 atau Sig (0,000) <  $\alpha$  (0,05), maka  $H_0$  diterima dan thitung lokasi sebesar 3,383 ( $X_2$ ) > ttabel 1,991 atau Sig (0,001) <  $\alpha$  (0,05), maka  $H_0$  diterima. Dengan demikian variabel harga dan lokasi secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. Uji Simultan (Uji F), dari uji Anova dapat diketahui nilai Fhitung sebesar 40,337 > Ftabel sebesar 3,110, atau Sig (0,000) <  $\alpha$  (0,05), terletak di daerah penolakan sehingga  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima. Hal itu berarti variabel harga dan lokasi secara serempak atau simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), nilai adjusted R square adalah 0,584. Hal ini menyatakan 58,4% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel harga dan lokasi. Sisanya 41,6% disebabkan oleh variabel lainnya seperti kualitas pelayanan yang tidak dihitung sehingga tidak termasuk dalam kajian penelitian ini. Kesimpulan bahwa variabel harga dan lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon.

*Kata Kunci: Harga, Lokasi, Kepuasan Pelanggan.*

### Pendahuluan

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan serta permintaan pelanggan, agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.

Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama dengan menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun public relations release. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Agar dapat bersaing dalam bisnis, maka perusahaan seharusnya memiliki rancangan strategi yang tepat dalam mencapai tujuan mempertahankan pelanggan. Dengan persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka perusahaan harus dapat meletakkan usahanya di lokasi yang tepat serta menempatkan orientasi kepada harga sebagai tujuan mendapatkan kepuasan pelanggan.

Bengkel Andika Teknik Kemili yang berada di Jalan Kemili Kecamatan Bebesen Kabupaten Aceh Tengah merupakan salah satu bengkel di wilayah Takengon yang menyediakan beberapa jasa servis seperti perawatan mobil, tune up, body repair, spooring balancing, overhaul, spare parts, painting, ganti oli, AC mobil, asesoris dan variasi, dengan harga yang terjangkau. Adapun harga atau biaya jasa service pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen, antara lain adalah untuk paket ondersteel (meliputi ongkos bongkar pasang, tierod, ball joint, di luar spare parts) mulai Rp 300.000 (di luar pergantian spare parts), paket filter udara, (bergaransi ribuan kilometer) Rp 300.000 – Rp 550.000, paket brake system (rem termasuk pengecekan dan pengurusan) Rp 100.000, paket elektronik power steering (EPS) Rp750.00, paket power steering minyak (di luar rekondisi asrex yang bocor atau baret) Rp 1.000.000, paket tune up (carbon clean, kalibrasi di luar spare parts atau bahan) mulai Rp 150.000 di luar pergantian spare parts, modul cooling system Rp 1.000.000 dan paket ganti oli (flushing, di luar oli dan filter oli) Rp 50.000, dimana paket harga tergantung pada jenis kendaraan. Bengkel Andika Teknik Kemili juga memiliki lokasi yang strategis memudahkan pelanggan untuk melakukan perbaikan dan perawatan mobil. Lokasi usaha dengan luas sekitar 2800 m<sup>2</sup> dan didukung oleh pekerja sebanyak 4 orang dengan skill yang dapat dipercaya, memungkinkan pelanggan dapat dengan leluasa mempercayakan kendaraannya untuk diperbaiki dan dirawat oleh manajemen Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen.

## **Kerangka Teori**

### **Pengertian Analisis**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2012: 1682), analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab-musabab, duduk perkaranya, dan sebagainya). Menurut Komaruddin (2010: 92), analisis merupakan suatu kegiatan berfikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungan satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam satu keseluruhan yang terpadu.

Menurut Umar (2011: 112), analisis adalah suatu proses kerja dari rentetan tahapan pekerjaan sebelum riset di dokumentasikan melalui tahapan penulisan laporan. Menurut Darminto, dkk (2011: 52), analisis diartikan sebagai penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri, serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan. Berdasarkan kutipan diatas, maka analisis adalah aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu kemudian dicari kaitannya dan

ditafsirkan maknanya. Dengan kata lain analisis adalah merupakan sekumpulan kegiatan, aktivitas dan proses yang saling berkaitan untuk memecahkan masalah atau memecahkan komponen menjadi lebih detail dan digabungkan kembali lalu ditarik kesimpulan.

### **Pengertian Pemasaran**

Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya (Kotler, 2012: 69).

Menurut American Marketing Association dalam (Tjiptono 2011:89), pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, lokasi, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individual dan organisasional. Pemasaran akan memberikan dampak bagi konsumen untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya (Margaretha, 2013: 290).

Pemasaran adalah proses sosial dimana dengan proses itu, individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 2013: 78). Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Swastha, 2011:92).

### **Pengertian Harga**

Harga menurut Kotler (2012:138) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Menurut Dharmesta (2010:77) harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Harga yang rendah atau harga yang terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran (Ferdinand, 2011: 67).

Harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana indikator tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa, dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. (Tjiptono, 2011:109).

Harga memiliki dua peranan utama dalam pengambilan keputusan para pembeli (Tjiptono, 2013:241), yaitu :

- a. Peranan alokasi harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperolehnya manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternative yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.
- b. Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam memberi tahu konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau

manfaatnya secara objektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang tinggi mencerminkan kualitas yang baik.

Kotler (2013:152) menyatakan bahwa terdapat enam usaha utama yang dapat diraih suatu perusahaan melalui harga yaitu bertahan hidup, maksimalisasi laba jangka pendek, maksimalisasi pendapatan jangka pendek, unggul dalam pasar dan unggul dalam mutu produk. Berdasarkan pendapat para ahli di atas, harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk, jasa dan pelayanannya.

### **Pengertian Lokasi**

Menurut Raharjani (2010: 74), strategi lokasi adalah salah satu determinan yang paling penting dalam perilaku konsumen, perusahaan harus memilih lokasi yang strategis dalam menempatkan lokasi usahanya di suatu kawasan atau daerah yang dekat dengan keramaian dan aktivitas masyarakat. Selain itu lokasi suatu bisnis mempunyai efek signifikan terhadap biaya operasi perusahaan, harga produk atau jasa dan mempengaruhi daya saing perusahaan. Swashta (2011 : 90).

Lokasi merupakan faktor penting dalam menjalankan suatu bisnis bengkel kendaraan bermotor, lokasi yang tepat pada suatu bengkel akan lebih sukses dibandingkan bengkel sejenis yang berlokasi kurang strategis. Peter dalam Nugroho (2012: 113) berpendapat bahwa lokasi yang baik menjamin tersedianya akses cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen. Lokasi juga berpengaruh terhadap dimensi-dimensi pemasaran strategis seperti fleksibilitas, competitive positioning, manajemen permintaan dan fokus strategis (Fitzsimmon dalam Tjiptono, 2011: 111).

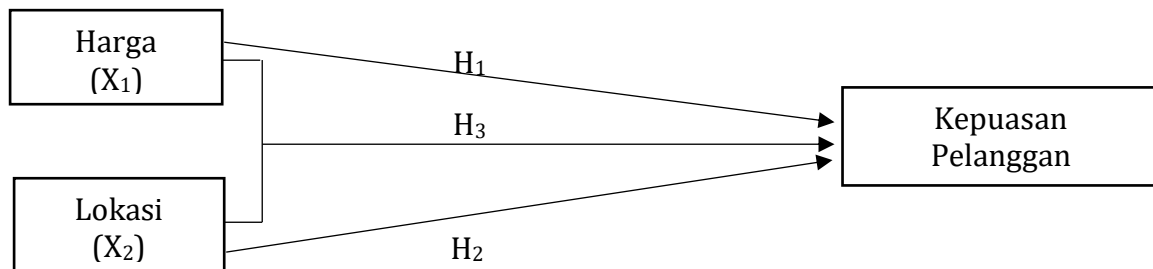
Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan (Lupiyoadi, 2013:82). Lokasi menentukan kesuksesan suatu jasa karena erat kaitannya dengan pasar potensial. Salah memilih lokasi perusahaan akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan (Tjiptono, 2011: 113).

### **Pengertian Kepuasan**

Pelanggan Kepuasan dalam hal ini kepuasan pelanggan sebagai konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2012: 65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau pelayanan, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Menurut Kotler, (2012: 177) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pelayanan pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

## Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pada teori, identifikasi masalah dan tujuan dalam penelitian maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut :



**Gambar 1**  
**Kerangka Pemikiran**

Keterangan:

H<sub>1</sub>: Hubungan variabel harga (X<sub>1</sub>) secara parsial dengan kepuasan pelanggan (Y) pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon.

H<sub>2</sub>: Hubungan variabel lokasi (X<sub>2</sub>) secara parsial dengan kepuasan pelanggan (Y) pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon.

H<sub>3</sub>: Hubungan variabel harga (X<sub>1</sub>) dan lokasi (X<sub>2</sub>) secara simultan dengan kepuasan pelanggan (Y) pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon

## Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Diduga bahwa terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon.
- Diduga bahwa terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon.
- Diduga bahwa terdapat pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon.

## Metode Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini terbatas pada pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. Lokasi dan Objek Penelitian Lokasi penelitian dilakukan di Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. Sedangkan obyek penelitian adalah pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon.

## Teknik Analisis Data

### Analisis Kualitatif

Analisis Kualitatif merupakan analisis dalam bentuk uraian dari hasil peneliti yang diperoleh dari daftar pertanyaan (kuesioner) yang terstruktur dengan didukung dengan teori-teori, kemudian disusun dalam bentuk model tabulasi dan diikhtisarkan. Analisis kualitatif digunakan untuk menjelaskan pengaruh harga dan lokasi yang dirasakan konsumen terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan sub variabel dengan indikator masing-masing.

## Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif merupakan analisis data yang dinyatakan dalam bentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan/skorsing dengan menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2012: 86), *skala likert* adalah metode yang mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan menyatakan puas dengan ketidak puasan terhadap subyek, objek atau kejadian tertentu.

Dengan skala ini responden diminta untuk memberikan respon terhadap setiap pertanyaan dengan cara memilih salah satu jawaban yang tersedia, jawaban setiap indikator dan item-item instrumen yang menggunakan *skala likert* mempunyai skor sebagai berikut.

**Tabel 1.**  
**Kriteria dan Skor Skala *Likert***

No	Kriteria	Skor	Keterangan
1	SP	5	Sangat Puas
2	P	4	Puas
3	N	3	Netral
4	TP	2	Tidak Puas
5	STP	1	Sangat Tidak Puas

Sumber : Sugiyono (2012:87)

## Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama mempengaruhi variabel terikat.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

- Y = Kepuasan pelanggan
- a = Konstanta
- b<sub>1</sub> = Koefisien regresi Harga
- b<sub>2</sub> = Koefisien regresi Lokasi
- X<sub>1</sub> = Harga
- X<sub>2</sub> = Lokasi
- e = Varians pengganggu

## Hasil Penelitian Dan Pembahasan

### Hasil Penelitian

#### Deskripsi Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon

Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon adalah suatu bentuk usaha yang bergerak di bidang jasa perbaikan mobil. Bengkel ini terbentuk pada tahun 2008 pada bulan Agustus. Pemilik bengkel ini Bapak Anto membangun bengkel ini dengan menggunakan modal sendiri. Bengkel ini beralamatkan di Jalan Kemili Bebesen Takengon. Lokasi yang sangat strategis untuk sebuah bengkel karena terletak di tengah-tengah kota. Bengkel ini tidak memiliki cabang, akan tetapi sangat dikenal masyarakat luas karena hasil dari pekerjaan yang dikerjakan oleh bengkel ini diakui oleh masyarakat memiliki kualitas yang baik.

Bengkel ini lebih mengedepankan hasil dari servis pergantian *spare part* dan perawatan yang terbaik untuk sebuah kendaraan khususnya mobil agar dapat memiliki kualitas yang baik. Saat ini Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon memiliki 6 orang karyawan yang siap melayani pelanggan yang datang ke bengkel ini.

### Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah semua pelanggan Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. Jumlah konsumen yang dipilih sebagai responden sebanyak 80 orang dengan identitas sebagai berikut.

### Jenis Kelamin

Penggolongan responden menurut jenis kelamin sebagai berikut.

**Tabel 2.**

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	74	92,5
2	Perempuan	6	7,5
Total		80	100,0

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa jumlah responden sebanyak 80 orang terdiri dari 74% adalah laki-laki dan 6% adalah perempuan. Hal tersebut dikarenakan bahwa kaum laki-laki lebih tertarik dan lebih memahami mengenai masalah otomotif dibandingkan kaum perempuan.

### Usia

Penggolongan responden menurut usia sebagai berikut.

**Tabel 3.**

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia

No	Usia (Tahun)	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 20	5	6,3
2	21 - 30	15	18,8
3	31 - 40	33	41,3
4	41 - 50	23	28,8
5	> 50	4	5,0
Total		80	100,0

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan Tabel 3 diatas dapat dilihat bahwa umur responden sangat variatif. Responden dengan usia 31-40 tahun menempati persentase tertinggi yaitu sebesar 41,3%, diikuti responden yang berumur 41-50. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sebagian besar usia dewasa, dimana responden yang berusia dewasa sudah memiliki penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yaitu memperbaiki kendaraan bermotor sebagai sarana transportasi.

### Tingkat Pendidikan

Penggolongan responden menurut tingkat pendidikan sebagai berikut.

**Tabel 4.**

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMA	9	11,3
2	Sarjana	64	80,0
3	Pasca Sarjana	7	8,7
Total		80	100,0

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan Tabel 4 tersebut dapat dilihat bahwa persentase responden dengan tingkat pendidikan paling besar adalah responden yang berpendidikan sarjana yaitu sebesar 80%, diikuti responden yang berpendidikan SMA yaitu 1,37% dan persentase terkecil adalah responden yang berpendidikan Pascasarjana, yaitu sebesar 8,7%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari pelanggan Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon berpendidikan tinggi sehingga pelanggan memahami masalah otomotif.

### Pekerjaan

Penggolongan responden menurut pekerjaan sebagai berikut.

**Tabel 5.**

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pegawai Negeri	14	17,5
2	Pegawai Swasta	31	38,8
3	Wiraswasta	25	31,3
4	Pelajar/Mahasiswa	4	5,0
5	Lain-lain	6	7,5
<b>Total</b>		<b>80</b>	<b>100,0</b>

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan Tabel 5 tersebut di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar dari responden adalah bekerja sebagai pegawai swasta, yaitu sebesar 38,3% dan diikuti wiraswasta sebesar 31,3%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan dari Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon bekerja di bidang swasta dan wiraswasta yang biasanya memiliki penghasilan yang cukup besar untuk melakukan transaksi di Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon setelah kebutuhan hidup sehari-hari pelanggan telah tercukupi.

### Variabel Harga (X<sub>1</sub>)

Untuk pengukuran variabel harga digunakan pendapat responden mengenai, harga yang ditawarkan lebih rendah daripada harga pesaing, ada memberikan potongan harga atau diskon dan harga sesuai dengan kualitas barang dan jasa yang diberikan. Hasil penelitian terdapat dalam tabel berikut ini.

**Tabel 6.**

#### Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga (X<sub>1</sub>)

No.	Indikator	SP (5)	P (4)	N (3)	TP (2)	STP (1)	Skor	Rata-rata
1	Harga yang ditawarkan untuk onderdil ( <i>sparepart</i> ) dan jasa <i>service</i> pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen lebih rendah dari	2 (10)	30 (120)	43 (129)	5 (10)	0 (0)	269	53,8
2	Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen memberikan potongan harga atau diskon	5 (25)	27 (108)	32 (96)	16 (32)	0 (0)	216	52,2



3	Harga yang diberikan Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen sudah sesuai dengan kualitas barang dan jasa yang	8 (40)	48 (192)	23 (69)	1 (2)	0 (0)	303	60,67
<b>Total Skor</b>							<b>833</b>	<b>166,6</b>
<b>Rata-rata</b>								<b>55,5</b>

Sumber: Data Primer Diolah 2017

Berdasarkan Tabel 6 diatas diketahui bahwa skor jawaban responden untuk variabel harga adalah 833 berada pada kategori puas (817–1008). Hal ini mengindikasikan bahwa responden puas tentang indikator harga yaitu Harga yang ditawarkan untuk onderdil (*sparepart*) dan jasa *service* pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen lebih rendah dari harga pesaing, Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen memberikan potongan harga atau diskon dan Harga yang diberikan Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen sudah sesuai dengan kualitas barang dan jasa yang diberikan.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin baik persepsi responden mengenai harga yang lebih rendah, potongan harga dan kesesuaian harga dengan kualitas barang dan jasa yang diberikan, maka pelanggan akan semakin puas menggunakan jasa Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon.

### Variabel Lokasi (X2)

Untuk pengukuran variabel lokasi digunakan pendapat responden mengenai akses mudah dijangkau, berada pada lokasi yang strategis, memiliki fasilitas parkir yang luas dan memiliki lingkungan yang aman, bersih dan nyaman. Hasil penelitian terdapat dalam tabel berikut ini.

**Tabel 7.**  
**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lokasi (X2)**

No.	Indikator	SP (5)	P (4)	N (3)	TP (2)	STP (1)	Skor	Rata-rata
1	Akses menuju Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen mudah dijangkau	5 (25)	54 (216)	16 (48)	5 (10)	0 (0)	299	59,8
2	Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen berada pada lokasi yang strategis	14 (70)	36 (144)	22 (66)	8 (16)	0 (0)	296	59,2
3	Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen memiliki fasilitas parkir yang luas	4 (20)	32 (128)	31 (96)	12 (24)	0 (0)	268	53,6
4	Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen memiliki lingkungan yang aman, bersih dan nyaman	5 (25)	27 (108)	36 (108)	12 (24)	0 (0)	265	53,0
<b>Total Skor</b>							<b>1128</b>	<b>225,6</b>
<b>Rata-rata</b>								<b>75,2</b>

Sumber: Data Primer Diolah 2017

Berdasarkan Tabel 7 diatas diketahui bahwa skor jawaban responden untuk variabel lokasi adalah 1128 berada pada kategori puas (1089 – 1344). Hal ini mengindikasikan bahwa responden puas tentang indikator lokasi yaitu Akses menuju Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen mudah dijangkau, Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen berada pada lokasi yang strategis, Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen memiliki fasilitas parkir yang luas dan Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen memiliki lingkungan yang aman, bersih dan nyaman.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin baik persepsi responden mengenai akses mudah dijangkau, berada pada lokasi yang strategis, memiliki fasilitas parkir yang luas dan memiliki lingkungan yang aman, bersih dan nyaman, maka pelanggan akan semakin puas menggunakan jasa Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon.

### Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Untuk pengukuran variabel kepuasan pelanggan digunakan pendapat responden mengenai pelanggan menggunakan jasa Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen secara rutin, pelanggan tidak terpengaruh oleh tawaran pesaing dan pelanggan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa *service* pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen. Hasil penelitian terdapat dalam tabel berikut ini.

**Tabel 8.**  
**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

No.	Indikator	SP	P	N	TP	STP	Skor	Rata-rata
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
1	Pelanggan menggunakan jasa Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen secara rutin	6 (30)	37 (148)	30 (90)	7 (14)	0 (0)	282	56,4
2	Pelanggan Bengkel Andika Teknik Kemili tidak terpengaruh oleh tawaran pesaing	6 (30)	46 (184)	18 (54)	10 (20)	0 (0)	288	57,6
3	Pelanggan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa <i>service</i> pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen	11 (55)	54 (216)	12 (36)	3 (6)	0 (0)	313	62,6
<b>Total Skor</b>							<b>883</b>	<b>176,6</b>
<b>Rata-rata</b>								<b>58,9</b>

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan Tabel 8 diatas diketahui bahwa skor jawaban responden untuk variabel kepuasan pelanggan adalah 883 berada pada kategori puas (817 – 1008). Hal ini mengindikasikan bahwa responden puas tentang indikator kepuasan pelanggan yaitu Pelanggan menggunakan jasa Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen secara rutin, Pelanggan Bengkel Andika Teknik Kemili tidak terpengaruh oleh tawaran pesaing dan

Pelanggan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa *service* pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin baik persepsi responden mengenai pelanggan menggunakan jasa Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen secara rutin, pelanggan tidak terpengaruh oleh tawaran pesaing dan pelanggan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa *service* pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen, maka pelanggan akan semakin puas menggunakan jasa Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon.

## Pembahasan

### Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan perhitungan regresi berganda antara harga ( $X_1$ ) dan lokasi ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) dengan dibantu program SPSS dalam perhitungannya dapat diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 9.  
Ringkasan Hasil Estimasi Regresi

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	Constant	-.963	.156		-.949	.345
	Harga	.377	.077	.359	4.879	.000
	Lokasi	.217	.064	.249	3.383	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Data primer, 2018 (diolah)

Berdasarkan Tabel diatas, maka persamaan regresi yang terbentuk pada uji regresi ini adalah  $Y = 0,359X_1 + 0,249X_2$ . Berdasarkan persamaan dapat diketahui bahwa:

- Konstanta tidak memiliki nilai sehingga konstanta tidak dipakai dalam penentuan persamaan regresi linier berganda.
- Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,359 bernilai positif yang berarti bahwa jika persepsi terhadap harga semakin baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
- Nilai koefisien regresi variabel pelayanan sebesar 0,249 bernilai positif yang berarti bahwa jika persepsi terhadap lokasi semakin baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa variabel harga dan lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. Hal ini dibuktikan dengan data sebagai berikut.

1. Persamaan regresi linier berganda  $Y = 0,359X_1 + 0,249X_2$ . Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,359 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi terhadap harga semakin baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Nilai koefisien regresi variabel pelayanan sebesar 0,249 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi terhadap lokasi semakin baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
2. Uji parsial (Uji t), dari hasil pengujian terhadap koefisien regresi dengan *t*hitung didapat nilai *t*hitung harga sebesar 4,879 ( $X_1$ ) > *t*tabel 1,991 atau Sig (0,000) <  $\alpha$  (0,05), maka  $H_a$  diterima dan *t*hitung lokasi sebesar 3,383 ( $X_2$ ) > *t*tabel 1,991 atau Sig (0,001) <  $\alpha$  (0,05), maka  $H_a$  diterima. Dengan demikian variabel harga dan lokasi secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon.
3. Uji Simultan (Uji F), dari uji Anova dapat diketahui nilai *F*hitung sebesar 40,337 > *F*tabel sebesar 3,110, atau Sig (0,000) <  $\alpha$  (0,05), terletak di daerah penolakan sehingga  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima. Hal itu berarti variabel harga dan lokasi secara serempak atau simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon.
4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), nilai *adjusted R square* adalah 0,584. Hal ini menyatakan 58,4% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel harga dan lokasi. Sisanya 41,6% disebabkan oleh variabel lainnya seperti kualitas pelayanan yang tidak dihitung sehingga tidak termasuk dalam kajian penelitian ini.

## Referensi

- Arikunto, Suharsimi, 2012, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Darminto, Dwi Prastowo dan Julianty, Rifka. 2011, *Analisis Laporan. Keuangan*. YKPN. Yogyakarta.
- Dharmesta dan Irawan. 2010, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Liberty, Yogyakarta.
- Ferdinand, Augusty, 2012, *Structural Equation Modelling dalam Penelitian. Manajemen*, FE UNDIP: Semarang.
- Ghozali, Imam, 2012, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Jatmiko, 2011, *Manajemen Bisnis Total dalam Era Globalisasi*, Gramedia Jakarta.
- Komaruddin, 2010, *Ensiklopedia Manajemen*, Edisi ke-5, Bumi Aksara: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, 2012, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2013, *Manajemen Pemasaran: Analisis perencanaan Implementasi dan Kontrol*. Jilid I dan Jilid II, Prenhalindo. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Margaretha, 2013, *Kualitas Pelayanan: Teori dan Aplikasi*, Mandar Maju, Jakarta.
- Mursid. 2013, *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Nugroho, Marni dan Paramita, Ratih, 2012, *Analisis Pengaruh Lokasi, Keanekaragaman Barang Terhadap Keputusan Berbelanja dan Loyalitas Konsumen di Carrefour Semarang*, EKOBIS vol. 2 no. 1, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang.

- Nurrachmi, I., Maharani, D., Syahidin, S., Maulana, W., Nurhayati, Y., Sugiarto, M., ... & Yusdita, E. E. (2021). KEWIRAUSAHAAN POLA PIKIR, PENGETAHUAN DAN KETERAMPILAN.
- Pusat Bahasa, 2012, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Depdiknas, Jakarta.
- Raharjani, Jeni, 2010, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus ada Pasar Swalayan di Kawasan Seputar Simpan Lima Semarang)*, Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi (JSMO), Volume 2 (Nomor 1 Render, Barry dan Heizer, Jay, 2012, *Prinsip-prinsip Manajemen Operasi*, Salemba. Emban Patria, Jakarta.
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kedua, Alfabeta, Bandung.
- Syahidin, S. (2020). Pengaruh Dana Alokasi Umum (DAU) Terhadap Kemiskinan di Kabupaten Aceh Tengah. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 2(1), 1-15.
- Syahidin, S., & Erma, E. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Sere Wangi Di Kecamatan Terangun Kabupaten Gayo Lues. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 3(2), 76-88.
- Syahidin, S. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penawaran Cabai Merah Di Kecamatan Rusip Antara Kabupaten Aceh Tengah. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 3(2), 51-64.
- Swastha, Basu, 2011, *Manajemen Pemasaran Baru*, Liberty, Yogyakarta.
- Umar, Husein, 2012, *Riset Pamasaran, dan Perilaku Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Umar, Husein, 2011, *Metode Penelitian: Aplikasi dalam Pemasaran*, Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2013, *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2011, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua, Andi Offset. Jakarta.