

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN  
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA  
BENGKEL PATTALLASSANG MOTOR  
DI KABUPATEN TAKALAR**

**SKRIPSI**



**ABD RAHIM  
105721137219**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2023**

**KARYA AKHIR TUGAS MAHASISWA**

**JUDUL PENELITIAN:**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL  
PATTALLASSANG MOTOR DIKEBUPATEN TAKALAR**

**SKRIPSI**

**Disusun dan Diajukan Oleh:**

**ABD RAHIM**

**NIM : 105721137219**

*Untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar*

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2023**

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

**“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan sholatmu sebagai penolong. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”**

**(QS. Al-Baqarah: 153)**



### **PERSEMBAHAN**

Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho-Nya serta karunianya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik

Alhamdulillah Robbil'amin

Skripsi ini kupersembahkan kepada kedua orang tuaku tercinta orang-orang yang saya sayang dan kepada almamaterku



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

*Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar*

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Pattallassang Motor Di Kabupaten Takalar  
Nama Mahasiswa : Abd Rahim  
No. Stambuk/NIM : 105721137219  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar


Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan didepan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 12 Agustus 2023 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

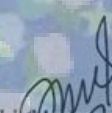
Makassar, 12 Agustus 2023

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II


  
Dr. Andi Meppatempo, S.E., M.M  
NIDN: 0921037201

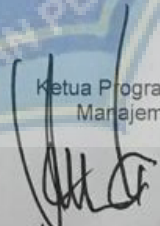
  
Syarthini Indrayani, S.E., M.Si  
NIDN: 0901107605

Mengetahui

Dekan

Ketua Program Studi  
Manajemen

  
Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si  
NBM: 651 507

  
Nasrullah, S.E., MM  
NBM: 1151132



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH MAKASSAR**



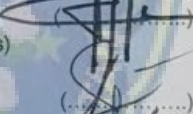
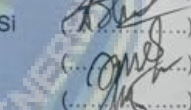
*Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar*

**HALAMAN PENGESAHAN**

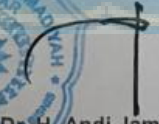
Skripsi atas nama: Abd. Rahim Nim: 105721137219, diterima dan diserahkan oleh panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 0011/SK-Y/61201/091004/2023M, Tanggal 25 Muharram 1445 H/ 12 Agustus 2023 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 25 Muharram 1445 H  
12 Agustus 2023 M

**PANITIA UJIAN**

- |                  |                                                                                                                                             |                                                                                       |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Pengawas Umum | : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag<br>(Rektor Unismuh Makassar)                                                                                 |   |
| 2. Ketua         | : Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si<br>(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)                                                                     |  |
| 3. Sekretaris    | : Agusdiwana Suarni, S.E., M.ACC<br>(WD 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis)                                                                      |  |
| 4. Penguji       | : 1. Dr. Andi Mappatempo, S.E., M.M<br>2. Dr. Buyung Romadhoni, S.E., M.Si<br>3. Syarthini Indrayani, S.E., M.Si<br>4. Aulia S.I.P., M.Si.M |  |

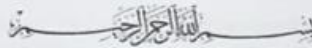
Disahkan Oleh:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar

  
Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si  
NBM: 651 607



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

*Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar*



**SURAT PERSYARATAN KEABSAHAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abd. Rahim  
Stambuk : 105721137219  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Pattallassang Motor di Kabupaten Takalar

Dengan ini menyatakan bahwa:

**Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.**

Demikian persyaratan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila persyaratan ini tidak benar.

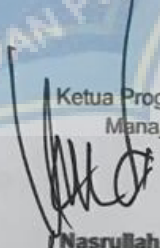
Makassar, 12 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan,

  
**Abd. Rahim**  
i: 105721137219

Diketahui Oleh:

  
Dekan  
**Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.M**  
NBM: 651 507

  
Ketua Program Studi  
Manajemen  
**Nasrullah, S.E., M.M**  
NBM: 1151132

**HALAMAN PERSYARATAN  
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abd Rahim  
Nim : 105721137219  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Pattallassang Motor di Kabupaten Takalar.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 12 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan



**Abd. Rahim**

**NIM: 105721137219**

## KATA PENGANTAR



puji dan syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirah Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya, shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada baginda Rasulallah Muhammad SAW beserta para keluarganya, sahabat dan para pengikutnya. Marupakan nikmat yang tiada ternilai manakalah penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel pattallassang motor di kabupaten takalar”

Skrpsi yang penulisan buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Serjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dna Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terimah kasih kepada kedua orang tua penulis bapak abdullah dan Ibu Jumaria yang senatiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberi semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, seta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulisis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan akhirat.

Penulisis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula



penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar,
2. Bapak Dr. H. Andi Jam'ah, S.E., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Nasrullah, S.E., M.M, selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. Andi Mappatempo, S.E., M.M, selaku pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik
5. Ibu Syarthini Indrayani, S.E., M.SI, selaku pembimbing II yang telah bekenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak manuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
8. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Manajemen Angkatan 2019 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktifitas studi penulis
9. Terima kaish teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Univeristas Muhammadiyah Makassar.

*Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Makassar, 14 Agustus 2023

Abd. Rahim



## ABSTRAK

**Abd Rahim 2023, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Pattallassang Motor di Kabupaten Takalar. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh : Andi Mappatempo dan Syarthini Indrayani.**

Penelitian ini bertujuan untuk: a) menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel pattallassang motor, b) menguji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel pattallassang motor, c) menguji pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel pattallassang motor. Populasi dalam penelitian ini yaitu semua orang yang memiliki kendaraan motor. Karna jumlah populasi yang belum diketahui secara pasti maka digunakan rumus Maholtra untuk menentukan jumlah sampel yaitu sebanyak 140 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi SPSS versi 25 mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

***Kata Kunci:*** *Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Pelanggan*



## ABSTRACT

**Abd Rahim 2023, The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction at the Pattallassang Motor Workshop in Takalar Regency. Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Guided by : Andi Mappatempo dan Syarthini Indrayani.**

This study aims to: a) examine the effect of product quality on customer satisfaction at the pattallassang motorcycle repair shop, b) examine the effect of service quality on customer satisfaction at the pattallassang motorcycle repair shop, c) examine the effect of price on customer satisfaction at the pattallassang motor repair shop. The population in this study is all people who have motorized vehicles. Because the population size is not known with certainty, the Maholtra formula is used to determine the sample size, which is 140 respondents. The type of data used in this study is descriptive quantitative obtained from questionnaires distributed to respondents. Based on the results of research using statistical calculations through the SPSS version 25 application concerning the effect of product quality, service quality and price on customer satisfaction, it shows that product quality and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction. Meanwhile, price has no positive and significant effect on customer satisfaction.

*Keywords: Product Quality, Service Quality, Price, Customer Satisfaction*



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PENGESAHAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
SURAT PERSYARATAN KEABSAHAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PERSYARATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Tinjauan Teori.....	7
1. Manajemen Pemasaran.....	7
2. Kualitas Produk.....	12

3.	Kualitas Layanan.....	16
4.	Harga.....	19
5.	Kepuasan Pelanggan.....	24
B.	Tinjauan Empiris.....	28
C.	Kerangka Pikir.....	37
D.	Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....		39
A.	Jenis Penelitian.....	39
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
C.	Jenis Dan Sumber Data.....	40
D.	Populasi dan Sampel.....	40
E.	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel.....	41
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	44
G.	Metode Analisis Data.....	45
H.	Uji Hipotesis.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN HASIL PEMBAHASAN.....		52
A.	Gambaran Umum Penelitian.....	52
B.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
C.	Analisis dan Interpretasi (pembahasan).....	66
BAB V PENUTUP.....		78
A.	Kesimpulan.....	78
B.	Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....		80
LAMPIRAN.....		82

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Mapping Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 1. 2 Skor Penilaian Kuesioner .....	42
Tabel 4. 1 Umur Responden .....	56
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden .....	58
Tabel 4. 3 Pendidikan terakhir .....	59
Tabel 4. 4 Responden berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4. 5 Distribusi frekuensi dan jawaban kualitas produk .....	61
Tabel 4. 6 Distribusi frekuensi dan jawaban kualitas layanan .....	62
Tabel 4. 7 Distribusi frekuensi dan jawaban harga .....	63
Tabel 4. 8 Distribusi frekuensi dan jawaban kepuasan pelanggan .....	64
Tabel 4. 9 Hasil pengujian validasi.....	66
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Reabilitas .....	68
Tabel 4. 11 Uji Multikolinieritas .....	71
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Pikir.....	36
Gambar 2. 1 Struktur Organisasi .....	54
Gambar 4. 1 Uji Normalitas Probabilitas Plot.....	69
Gambar 4. 2 Uji Normalitas Histogram .....	70
Gambar 4. 3 Uji Heterokedastiitas .....	72





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	84
Lampiran 2 Validitas & Reliabilitas .....	89
Lampiran 3 Karakteristik Responden & Distribusi Frekuensi .....	93
Lampiran 4 Regresi Linear Berganda & Uji Asumsi Klasik .....	104
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian .....	106
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian .....	109



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar belakang**

Pada era globalisasi ini di Indonesia yang didalamnya terjadi perkembangan kehidupan manusia yang semakin pesat dan padat yang diiringi oleh semakin pesatnya aktifitas dan mobilitas penduduknya, sarana transportasi merupakan suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dan sangat dibutuhkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari (Richa, 2010).

Adakalanya transportasi ini sering kali mengalami kendala terkhusus pada bagian mesin yang dapat mengakibatkan terhambatnya aktivitas manusia dalam melakukan kegiatan kehidupan sehari-hari, sehingga bengkel merupakan jalan salah satunya dalam jasa perbaiki/service segala transportasi. Tanpa adanya transportasi, manusia akan terhambat dalam melakukan aktivitasnya, karena transportasi berkaitan dengan perekonomian, baik dalam distribusi barang, jasa, serta tenaga kerja. Hal ini menyebabkan banyak perusahaan - perusahaan transportasi berkembang. Dengan banyaknya perusahaan transportasi yang berkembang, maka akan semakin banyak pesaing perusahaan. Oleh Karena itu pemasaran sangat penting bagi perusahaan dalam menjual atau memasarkan produknya.

Pemasaran merupakan ujung tombak dalam perusahaan untuk menghadapi persaingan. Pemasaran merupakan suatu proses membangun, menciptakan dan mengkomunikasikan suatu nilai yang menguntungkan terhadap pelanggan untuk mencapai tujuan perusahaan. Dalam memenangkan persaingan perusahaan harus dapat menjaga kualitas produk

yang dipasarkan tentunya memiliki kualitas produk yang terjamin serta layanan dan harga yang terbaik, sehingga tercipta sebuah kepuasan para pelanggan. Salah satu strategi yang baik untuk diterapkan perusahaan yaitu dengan menjaga kepercayaan pelanggan dalam menjaga kualitas produk yang unggul.

Kepuasan pelanggan merupakan sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan dengan pembelian (Kotler dan Amnstrong, 2001). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan secara persial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi keandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya, Kotler & Armstrong (2008). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Ricky Linardi (2019) yang berjudul "Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Bisnis Online Shop RL\_Watch". penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan dan harga secara Persial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan luar biasa yang diharapkan dan pengendalian atau keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, Fandhy Tjiptono (2014:268).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, seperti yang terdapat pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jonathan Herdioko dan Valencio Luwiska W (2020). yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau sejumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut, Kotler & Amstrong (2013 : 14). Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Yani Diah Saraswati, 2021) yang berjudul "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut di Samarinda". peneliti ini menunjukkan variabel harga dan variabel kualitas pelayanan secara persial berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, sedangkan variabel kualitas produk secara persial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Beberapa pengertian di atas, kualitas layanan dan harga sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pada konsumen karna apabila salah satunya mengalami penurunan baiknya itu kualitas pelayanan dan harga akan juga mempengaruhi turunya rasa puas pelanggan sehingga akan mengalami pelanggan berpindah tempat dalam memperbaiki kendaraannya. Jadi apabila hal itu tidak terjadi para perusahaan agar kiranya tetap menjaga kualitas layanan dan harga yang ada dalam usahanya.

Bengkel sepeda motor merupakan usaha yang melakukan perbaikan sepeda motor agar dapat kembali berjalan dengan baik sesuai dengan keinginan pemilik atau bentuk asli dari sepeda motor tersebut (Yuda, 2015). Bengkel cahaya motor merupakan salah satu usaha jenis wirausaha yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan perbaikan dan perawatan kendaraan terkhususnya jenis sepeda motor, bengkel tersebut terletak di Jl. Ranggong Dg. Romo, pattallassang, Kab. Takalar. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tujuan utama dari usaha bengkel adalah untuk memberikan layanan produk dan jasa perbaikan.

Beberapa pembahasan diatas terdapat pembahasan mengenai bengkel di mana yang menjadi permasalahan pada saat ini adalah kurang puasnya konsumen dengan jasa perbaikan atau perawatan kendaraanya dimana salah satunya dialami pada tempat perbengkelan yaitu di bengkel cahaya motor di Kabupaten Takalar, yang menjadi masalah pada bengkel tersebut yaitu kurangnya pelayanan dan fasilitas tempat duduk sehingga saya (peneliti) dapat tertarik untuk meneliti ditempat tersebut dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Patallassang Motor di Kabupaten Takalar”.

Berdasarkan fenomena yang terjadi serta adanya pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap variabel kepuasan pelanggan, maka penelitian ini akan menyelesaikan masalah bagaimana meningkatkan kepuasan konsumen pada bengkel Patallassang motor.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Patallasang motor di Kabupaten Takalar ?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Patallasang motor di Kabupaten Takalar ?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Patallasang motor di Kabupaten Takalar ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Patallasang motor di kabupaten Takalar.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Patallasang motor di kabupaten Takalar.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Patallasang motor di kabupaten Takalar.

#### D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaaf dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### 1. Manfaat Teori

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk ilmu pengetahuan dibidang pemasaran terutama pada bidang Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan.

##### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, penelitian ini di harapkan dapat meningkatkan pemahaman terkait pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan bengkel Patallasang motor di kabupaten takalar
- b. Bagi pembaca, penelitian ini di harapkan dapat membantu memahami terkait pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan bengkel Patallasang motor di kabupaten takalar
- c. Dan bagi penulis lain, walaupun variable yang berbeda, penelitian ini juga dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam tugas penelitian.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Teori

##### 1. Manajemen Pemasaran

###### a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran sering dikatakan sebagai kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang terdiri dari kebutuhan serta keinginan pasar untuk memberikan kepuasan yang lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaing menurut Kotler dan Keller, 2019. Pemasaran ialah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan dengan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan Kotler dan Armstrong (2019:29).

Menurut menurut Sudaryono (2016:41), pemasaran adalah proses manajemen yang berupaya memaksimalkan laba (*ratutns*) bagi pemegang saham dan jalan menjalin relasi dengan pelanggan utama (*valued customers*) dan menciptakan keunggulan kompetitif. Menurut Mulyandrum dalam Sudaryono (2016:41), pemasaran adalah proses bisnis yang berusaha menyelaraskan antara sumber daya manusia, finansial dan fisik organisasi dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan dalam konteks strategi kompetitif. Jadi dapat disimpulkan seluruh kegiatan perusahaan yang menganut konsep pemasaran harus diarahkan untuk memberikan kepuasan



keinginan serta kebutuhan pembeli/konsumen dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Oleh karena itu setiap kegiatan pemasaran dalam perusahaan harus diarahkan untuk tujuan tersebut. Ada 3 elemen penting yang termasuk konsep manajemen pemasaran yaitu:

#### 1) Orientasi Pada Konsumen

Konsep pemasaran yang paling baik adalah dengan menjadikan konsumen sebagai prioritas utama. Itulah sebabnya mengapa dalam strategi marketing selalu mengedepankan konsumen. Dalam pemasaran biasa konsumen dianggap raja dan produsen adalah pelayan yang memberikan kebutuhan raja. Pelayanan produsen dilakukan dengan memberikan penawaran yang menarik melalui dari produk terbaik hingga cara pelayanan konsumen.

#### 2) Perencanaan Kegiatan Konsumen

Pengaturan secara dinamis sebagai bentuk penyusunan berbagai kegiatan pemasaran secara menyeluruh. Semua aktivitas pemasaran, mulai dari strategi, implementasi, analisis, pengawasan dan kegiatan lain yang terkait dengan pemasaran harus disusun secara terperinci. Dengan begitu, maka proses analisis dan pengawasan terhadap hasil pemasaran dapat dilakukan dengan baik. Hal ini pada aktivitas akan memudahkan dalam melakukan evaluasi dan tindakan perbaikan terhadap kegiatan pemasaran.

### 3) Kepuasan Konsumen

Unsur paling penting di dalam pemasaran adalah kepuasan. Kepuasan konsumen ini tidak hanya diukur dari kualitas produk saja, tapi juga dari bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan.

#### b. Bauran Manajeme Pemasaran

Menurut Kotler (2012:101) menyatakan bahwa bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang di gunakan suatu perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Berdasarkan devinisi diatas dapat di simpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan alat yang baik berada dalam suatu perusahaan, agar dapat mempengaruhi respon sasaran. Dalam bauran pemasaran terdapat seperangkat alat yang dikenal dalam istilah 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat atau saluran distribusi), dan *promotion* (promosi). Adapun pengertian 4P menurut beberapa Kotler dan Amstrong (2012:62) sebagai berikut:

##### 1) Produk (*product*)

Produk (*product*) adalah mengelolah unsur produk termasuk perencanaan dan pengembangan produk atau jasa yang tepst untuk di pasarakan dengan mengubah produk atau jasa yang ada dengan menambah dan mengambil tindakan yang lain yang mempengaruhi bermacam-macam produk atau jasa.

## 2) Harga (*price*)

Harga (*price*) adalah suatu sistem manajemen perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa yang menentukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos angkut dan berbagai variable yang bersangkutan.

## 3) Distribusi (*place*)

Distribusi (*place*) yakni memilih atau mengelola saluran perdagangan yang dipakai untuk menyalurkan produk atau jasa dan juga untuk melayani pasar sasaran, serta mengembangkan sistem distribusi untuk pengiriman dan perniagaan produk secara fisik.

## 4) Promosi (*promotion*)

Promosi (*promotion*) adalah salah satu unsur yang digunakan untuk memberitahukan atau membujuk pasar tentang program atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi.

### c. Strategi pemasaran

Tjiptono dalam Tambajong (2013:1293) menyatakan bahwa strategi pemasaran adalah suatu alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran.

Menurut Hartono (2012:889) strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu dari masing-masing serta tingkat lokasinya. Berdasarkan definisi di atas dapat diketahui bahwa strategi pemasaran merupakan bagian terpenting dalam suatu proses pemasaran terhadap konsumen, karena strategi pemasaran merupakan salah satu hal yang dapat meningkatkan penjualan yang ada di pasar.

Dalam hubungan strategi pemasaran menurut Assauri (2013:179) bahwa strategi pemasaran secara umum ini, dapat dibedakan dari tiga jenis strategi pemasaran yang dapat ditempuh perusahaan yaitu:

- 1) Strategi pemasaran yang tidak membeda-bedakan pasar (*undifferentiated marketing*).
- 2) Strategi pemasaran yang membeda-bedakan pasar (*differentiated marketing*).
- 3) Strategi pemasaran yang berkonstrantasi (*concentrated marketing*).

Untuk lebih jelasnya ketiga jenis strategi pemasaran di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Strategi pemasaran yang tidak membeda-bedakan pasar (*undifferentiated marketing*).

Pada strategi ini, perusahaan hanya memperhatikan kebutuhan hanya secara umum saja. Oleh karena itu perusahaan hanya memasarkan satu jenis produk saja dan

berusaha menarik para konsumen untuk membelinya. Strategi ini bertujuan untuk melakukan penjualan secara massal, sehingga dapat meurunkan biaya.

- 2) Strategi pemasar yang membeda-bedakan pasar (*differentiated marketing*).

Pada perusahaan ini, perusahaan hanya melayani kebutuhan secara berkelompok dengan jenis produk tertentu jadi perusahaan selalu menghasilkan dan memasarkan oruduk berbeda-beda tiap segmen pasar.

- 3) Strategi pemasaran yang berkonstrasi

Pada strategi ini, perusahaan hanya mengkhususkan pada satu segmen dengan mempertimbangkan keterbatasan sumber daya perusahaan. Maka dari itu, perusahaan produsen memilih segmen pasar tertentu dan menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan kelompok konsumen yang ada pada segmen pasar itu yang tentunya lebih spesifik.

## 2. Kualitas Produk

- a. Pengertian kualitas produk

Kotler dan Amstrong (2010) mengemukakan bahwa, kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsi-fungsinya meliputi keandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya

Menurut Lesmana dan Ayu (2019) bahwa kualitas produk merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk manusia atau tenaga kerja serta lingkungan untuk memenuhi setiap konsumen.

Kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk yang mampu memenuhi setiap kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

#### 1) Tujuan produk

Menurut Oentoro (2012:111), tujuan produk yang di produksi untuk mencapai persaingan sebagai berikut:

- a) Fitur produk merupakan sebuah produk yang memiliki karakteristik yang berbeda.
- b) Manfaat produk merupakan manfaat fitur produk bagi pelanggan.
- c) Desain produk merupakan fungsi produk yang mempunyai manfaat sesuai dengan kebutuhan, keinginan, serta harapan pelanggan.
- d) Kualitas produk merupakan spesifik produk yang sesuai dengan kinerja kebutuhan, keinginan dan harapan.

b. Indikator Kualitas produk

Kotler dan Keller (2012), indikator-indikator yang mendukung pencapaian kualitas pada suatu produk yaitu :

- 1) Bentuk, yaitu meliputi ukuran atau struktur fisik produk.
- 2) Fitur, yaitu karakteristik sekunder yang melengkapi fungsi dasar produk.
- 3) Kesesuaian, yaitu sejauh mana kesesuaian kinerja dan kualitas produk memenuhi standard yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 4) Daya tahan, yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan
- 5) Keindahan, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera seperti desain dan gaya

c. Perspektif Kualitas Produk

Perspektif Kualitas Produk Perspektif kualitas merupakan pendekatan yang digunakan untuk mewujudkan kualitas produk. Garvin dalam Serlia Lamandasa et al (2010) perspektif kualitas diidentifikasi menjadi lima alternative, yaitu:

- 1) Pendekatan transendental, Menurut pendekatan ini kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit dioperasionalkan. Sudut pandang ini biasanya diterapkan dalam seni musik, drama, tari, dan seni rupa.
- 2) Pendekatan berbasis produk, Pendekatan ini menganggap kualitas sebagai karakteristik atau atribut yang dapat dikuantifikasikan dan dapat diukur.

- 3) Pendekatan berbasis pengguna, Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang menggunakannya, produk yang paling memuaskan preferensi sebagai seseorang yang berkualitas paling tinggi.
- 4) Pendekatan berbasis manufaktur, Pendekatan ini bersifat memperhatikan praktik-praktik perekayasaan dan manufaktur serta mendefinisikan kualitas sebagai sama dengan persyaratannya.
- 5) Pendekatan berbasis nilai, Pendekatan ini memandang kualitas dari segi seni nilai dan harga. Kualitas dalam perfektif ini bersifat relative, sehingga produk yang memiliki kualitas palig tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai tinggi adalah produk yang tetap dibeli (best-buy).

d. Dimensi Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik dari suatu produk. Menurut David Garvin dalam buku Fandy Tjiptono (2016) kualitas produk memiliki delapan dimensi sebagai berikut:

- 1) Performance (kinerja), merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (core product) yang dibeli.
- 2) Features (fitur atau ciri-ciri tambahan), yaitu karaktersitik sekunder atau pelengkap
- 3) Relialibity (reliabilitas), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.



- 4) Conformance to Specifications (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 5) Durability (daya tahan), yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.
- 6) Serviceability, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi; serta penanganan keluhan secara memuaskan.
- 7) Esthetics (Estetika), yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
- 8) Perceived Quality (kualitas yang dipersepsikan), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

### **3. Kualitas Layanan**

#### **a. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah sesuatu tingkat layanan yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan dan kebutuhan pelanggan atau penggunaannya. Artinya pelayanan dikatakan berkualitas apabila perusahaan atau lembaga tertentu mampu menyediakan produk dan jasa (pelayanan) sesuai keinginan, kebutuhan maupun harapan pelanggan/penggunaannya.

Fandy Tjiptono (2014:268), "Kualitas Pelayanan merupakan tingkat keunggulan excellent yang diharapkan dan pengendalian atau keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen".

Menurut Fnd Tjiptono (2014,268), “Definisi Kualitas Pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.

b. Karakteristik Layanan

Tjiptono mengungkapkan bahwa jasa atau layanan mempunyai empat karakteristik unik yang membedakannya dari barang dan berdampak pada strategi mengelola dan memasarkannya. Ke empat karakteristik layanan yaitu:

1) *Intangibility* (hal tidak dapat dipahami)

Jasa bersifat *itagible* artinya jasa tidak ada dilihat,dirasa,dicium,didengar,atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.

2) *Variability* (variabilitas)

Layanan bersifat sangat *variable* atau heterogen karena merupakan *non-standarizet* artinya bentuk, kualitas dan jenisnya sangat beraneka ragam tergantung pada siapa,kapan dan dimana layanan tersebut dihasilkan.

3) *Inseparability* (tidak terpisahkan)

Barang diproduksi terlebih dahulu,kemudian dijual,baru dikonsumsi. Sedangkan umumnya dijual terlebih dahulu, kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.

#### 4) *Perishability* (mudah rusak)

Jasa atau layanan adalah komoditas yang tidak tahan lama, dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu mendatang, dijual kembali atau dikembalikan.

#### c. Dimensi layanan

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasurama, Zethlam, dan Berry dalam Tjiptono dijelaskan sebagai berikut :

##### 1) *Tangible* (nyata)

Adalah bukti konkret kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan yang terbaik baik pelanggan. Baik dari sisi fisik tampilan bangunan, fasilitas perlengkapan teknologi pendukung, hingga penampilan karyawan.

##### 2) *Reliability* (keandalan)

*Reliability* adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen terkait kecepatan, ketepatan waktu, tidak ada kesalahan, sikap simpatik, dan lain sebagainya.

##### 3) *Responsiveness* (daya tanggap)

*Responsiveness* adalah tanggapan memberikan pelayanan yang tepat atau responsif serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti.

##### 4) *Assurance* (jaminan)

*Assurance* adalah jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun karyawan,

komunikasinya yang baik, dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan.

#### 5) *Empathy* (empati)

*Empathy* adalah memberikan perhatian yang lebih tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan, hal ini dilakukan untuk mengetahui keinginan konsumen secara akurat dan spesifik.

### 4. Harga

#### a. Pengertian harga

Menurut Kotler & Armstrong (2013 : 14) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau sejumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

#### b. Kebijakan penetapan harga

Ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan perusahaan dalam menyusun kebijakan penetapan harganya. Menurut Abdullah & Tantri (2012 : 171) ada enam langkah prosedur untuk mendapatkan harga :

##### 1) Memilih sasaran harga

Perusahaan harus memutuskan apa yang ingin dicapai dengan suatu produk tertentu. Jika perusahaan tersebut telah memiliki pasar sasaran dan penentuan posisi pasarnya dengan cermat, maka strategi bauran pemasarannya, termasuk harga akan cukup mudah. Jadi,

strategi penetapan harga sangat ditentukan oleh keputusan yang menyangkut penetapan posisi pasar.

2) Menentukan permintaan

Setiap harga yang ditentukan perusahaan akan membawa kepada tingkat permintaan yang berbeda dan oleh karenanya akan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap sasaran pemasarannya.

3) Memperkirakan harga

Permintaan umumnya membatasi harga tertinggi yang dapat ditentukan perusahaan bagi produknya dan perusahaan menetapkan biaya terendah. Perusahaan ingin menetapkan harga yang dapat menepi biayanya dalam menghasilkan, mendistribusikan dan menjual produk, termasuk pendapatan yang wajar atas usaha dan resiko yang dihadapinya.

4) Memilih metode penetapan harga

Skedul permintaan konsumen (*customer demand schedule*), fungsi biaya (*cost function*), dan harga pesaing (*competitor's price*) dengan 3C tersebut perusahaan tersebut kini siap untuk memilih suatu harga.

5) Menganalisis harga dan penawaran pesaing.

Permintaan pasar membentuk harga tertinggi dan harga terendah, harga produk pesaing dan kemungkinan reaksi harga membantu perusahaan dalam membantu

harga yang dicapai. Perusahaan harus mempelajari harga dan mutu setiap penawaran pesaing.

6) Memilih harga akhir

Metode-metode penetapan harga sebelum mempersempit cukupan harga untuk memilih harga akhir. Dalam memilih harga akhir, perusahaan harus mempertimbangkan beberapa faktor yaitu harga psikologis, kebijakan penetapan harga perusahaan dan pengaruh harga kepada pihak lain.

c. Peranan harga

Menurut Tjiptono (2017:374) Harga memainkan peranan penting bagi perekonomian secara makro, konsumen, dan perusahaan :

1) Bagi perekonomiannya

Harga produk mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga, dan laba. Harga merupakan regulator dasar dalam sistem perekonomiannya, karena harga berpengaruh terhadap alokasi faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah, modal, dan kewirausahaan.

2) Bagi konsumen

Dalam penjualan retail, ada segmen pembeli yang sangat sensitif terhadap faktor harga (menjadikan harga sebagai satu-satunya pertimbangan membeli produk) dan adapula yang tidak. Mayoritas konsumen agak sensitif terhadap harga, namun juga mempertimbangkan faktor lain

( seperti citra merek, lokasi toko, layanan, nilai (*value*), fitur produk, dan kualitas produk).

### 3) Bagi perusahaan

Dibandingkan dengan bauran pemasaran lainnya (produk, distribusi, dan promosi) yang membutuhkan pengeluaran dana dalam jumlah besar, harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan.

#### d. Indikator harga

Menurut Kotler & Armstrong (2013) terdapat empat variabel ukuran pencirikan harga yaitu :

##### 1) Keterjangkauan harga

Konsumen dapat menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Dengan harga yang ditetapkan para konsumen banyak yang akan membeli produk. Produk biasanya ada berbagai jenis dari satu merek saja dan harganya juga berbeda dari yang murah sampai yang termahal.

##### 2) Kesesuaian harga dan kualitas

Harga sering dijadikan konsumen sebagai sesuatu untuk membandingkan kualitas untuk produk. Konsumen akan lebih cenderung untuk memilih produk yang lebih tinggi apabila ada dua barang yang berbeda harga karena adanya perbedaan kualitas tersebut. Apabila harga lebih

tinggi konsumen beranggapan bahwa kualitasnya lebih baik dari yang lain.

3) Kesusaian harga dengan manfaat

Konsumen akan memuturkan membeli produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya.

4) Daya saing harga

Konsumen akan membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini seperti ini konsumen akan mempertimbangkan harga dari suatu produk.

e. Strategi penetapan harga

Berdasarkan harga yang harus dipasang tentu disesuaikan dengan tujuan penentu harga. Ada tiga strategi dasar dalam penetapan harga (Kasim & Jakfar, 2013), yaitu :

- 1) peluncuran harga, yaitu harga awal produk yang ditetapkan setinggi-tingginya dengan tujuan bahwa produk atau jasa memiliki kualitas.
- 2) Harga masuk, yaitu dengan menetapkan harga yang serendah mungkin dengan tujuan untuk menguasai pasar.
- 3) Status sebagai harga, yaitu penetapan harga status adalah harga yang ditetapkan disesuaikan dengan harga pesaing.



## 5. Kepuasan Pelanggan

### a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan dengan harapan pembeli (Kotler dan Armstrong, 2001). Jika kinerja produk kurang dari yang diharapkan itu, pembelinya tidak puas. Kepuasan pelanggan adalah reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja jasa tertentu (Christopher dan Lauren, 2007). Dari pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respon atas pelayanan yang diberikan.

### b. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu :

#### 1) Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

#### 2) Kualitas Pelayanan

Terutama untuk industri jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

#### 3) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan merasa kagum terhadap

dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau self-esteem yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.

#### 4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga relatif yang murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

#### c. Konsekuensi Kepuasan Pelanggan

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadi proses pembelian (Postpurchase action). Apabila pelanggan merasa puas maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain tidak demikian dengan seorang pelanggan yang tidak puas (dissatisfied), pelanggan yang tidak puas dapat melakukan tindakan pengambilan produk, atau secara ekstrim bahkan dapat mengajukan gugatan terhadap perusahaan melalui seseorang pengacara. Demikian hal tersebut haruslah dapat diantisipasi oleh perusahaan, karena seorang pelanggan yang tidak puas dapat merusak citra perusahaan. Perusahaan harus memiliki cara untuk meminimalisir

jumlah pelanggan yang tidak puas setelah proses pemelian terjadi (Kotler, 2009).

d. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dalam Endro (2012) ada empat metode yang dapat mengukur kepuasan pelanggan yaitu :

- 1) Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (customeroriented) perlu memberikan kesempatan yang kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan ditempat yang strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang bisa dilihat via pos kepada perusahaan), saluran telpon khusus bebas pulsa, dan lain-lain.
- 2) Ghost Shopping. Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang (ghost shopping) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk pelanggan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para gost shopping juga dapat mengamati cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan.

- 3) Analisis pelanggan yang hilang. Perusahaan setidaknya menghubungi pelanggan yang berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan-kebijakan/penyempurnaan selanjutnya.
- 4) Survei Kepuasan Pelanggan. Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan metode survei, baik dengan survei melalui pos, telpon, maupun wawancara pribadi. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan atau umpan balik (feedback) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (sigyal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

e. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2004), atribut indikator kepuasan pelanggan terdiri dari:

- 1) Kesesuaian harapan. Tidak komplain atau keluhan terhadap bengkel pattallassang motor, serta pelanggan memberikan pujian setelah melakukan transaksi dibengkel pattallassang motor.
- 2) Minat Berkunjung Kembali. Adanya keinginan berkunjung untuk kembali.
- 3) Kesiediaan Merekomendasikan. Pelanggan merasa bahwa bengkel pattallassang motor memiliki reputasi yang baik dan bersedia merekomendasikan kepada orang lain.

## B. Tinjauan Empiris

Tinjauan empiris adalah kajian yang didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain. Berikut beberapa penelitian yang telah melakukan kajian sebagai berikut:

1. Penelitian dari Herry Novrianda tentang analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen terhadap toko industri/toko roti di kota Bengkulu. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan atau pengaruh dengan yang ada antar variabel yang diteliti. Jenis data menggunakan data primer yang dikumpulkan dari kuesioner. Responden penelitian ini adalah pelanggan industri/toko roti di toko Bengkulu sebanyak 2.400 orang diambil dengan teknik penilaian (*purposive sampling*). Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan menggunakan mean, secara simultan kualitas produk, kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan industri/toko roti di kota Bengkulu. Selanjutnya secara parsial kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Industri/toko roti di kota Bengkulu.
2. Penelitian Rizka Bayu Aditya tentang pengaruh kualitas produk, layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Air Minum dalam Kemasan. Penelitian ini dilaksanakan di PT Thirta Kencana Mekar Tangerang dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan air minum dalam kemasan (AMDK) yang berjumlah 43 sampel

responden, kemudian dilakukan analisis data secara kuantitatif, yaitu uji validitas dan reliabilitas, asumsi klasik serta analisis regresi berganda, dimana pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, kemudian dilakukan analisis koefisien determinasi. Hasil dari pengujian hipotesis ditemukan terdapat tiga variabel independen yang diteliti terbukti secara mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan.

3. Penelitian Yani Diah Saraswati tentang Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut di Samarinda. Tujuan penelitian ini untuk menentukan signifikansi pengaruh harga (X1), kualitas produk(X2), dan kualitas pelayanan(X3) secara persial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) serta untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan pelanggan yang paling berpengaruh di PT Rumah makan pak Ndut di Samarinda.
4. Penelitian Komang Arya Gustawa Kawi Putra dan Ni Ketut Seminari tentang kualitas Produk, Kualitas layanan, dan kewajaran harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan The Old Champ Café. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas Produk, Kualitas layanan, dan kewajaran harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 98 responden yang berdomisili di kota Denpasar, dengan menggunakan metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis diterima.

Kualitas produk, kualitas layanan dan kewajaran harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5. Penelitian Jessica Ordella Kristanto tentang Pengaruh Kualitas layanan, Kualitas produk dan harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Café One Eingteenth Coffee. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang diambil dalam penelitian ini menggunakan analisis linier berganda dengan uji regresi serempak (*F-test*) dan uji regresi persial (*t-test*). Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan: kualitas produk dan harga secara persial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan: serta kualitas layanan, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
6. Penelitian ini dilakukan oleh Freekley Steyfli Maramis, Jantje L sepong, dan Agus Supandi Soegoto tahun 2018 yang berjudul Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Pt. Air Manado. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan dan persial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
7. Penelitian ini dilakukan oleh Ni Putu Sukma Dewi, Ni Made Rustini, dan Ni Made Taman Sari pada tahun 2021 yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Kober Mie Setan Cabang Pulau Kawe Denpasar.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji F diperoleh besarnya F-hitung 36,802 yang lebih besar dari F-tabel 2,70 yang berarti secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada kober Mie Setan Cabang pulau Kawe.

8. Penelitian ini dilakukan oleh Ricky Linardi pada tahun 2019 yang berjudul Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Bisnis Online Shop RL\_Watch. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan dan harga secara Parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
9. Penelitian ini dilakukan oleh Jonathan Herdioko dan Valentio Luwiska W pada tahun 2020 yang berjudul Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada toko Tekstil Mac Mohan, Solo. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian ini menghasilkan nilai sig uji F sebesar = 0,00, artinya secara simultan variabel kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.



10. Penelitian ini dilakukan oleh Julia Mega Bansaleng, Jantje L Sepang, dan Jefrfri L A Tampenawas pada tahun 2021 yang berjudul Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga produk terhadap kepuasan konsumen pengguna kartu XL di Manado. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara simultan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna kartu XL dan secara pesial hanya kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

**Tabel 1. 1 Mapping Penelitian Terdahulu**

No	Nama peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variable Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Herry Novrianda (2018)	Analisis Pengaruh kualitas Produk, Kualitas layanan dan harga Terhadap Kepuasan konsumen (studi kasus pada konsumen industry/toko bakery di	kualitas produk, kualitas layanan dan harga. kepuasan konsumen	Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.	Berdasarkan hasil analisis, secara simultan kualitas produk, kualitas layanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan industry/took roti di Kota Bengkulu. Sedangkan secara persial kualitas produk dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan industry /took roti di Kota Bengkulu , sedangkan

		kota Bengkulu)			harga berpengaruh negative dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada took roti di kota Bengkulu.
2	Rizka Bayu Aditya (2020)	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Air Minum dalam Kemasan	Kualitas Produk, Kualitas layanan dan harga Kepuasan pelanggan	Penelitian ini menggunakan analisis data regresi berganda,	Hasil dari pengujian hipotesis ditemukan terdapat tiga variabel independen yang diteliti terbukti secara mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan.
3	Yani Diah Saraswati (2021)	Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut di Samarinda	Kualitas Produk dan Kualitas layanan dan harga Kepuasan Pelanggan	Penelitian ini menggunakan data analisis dengan menggunakan teknik regresi linier sederhana dengan bantuan statistik SPSS versi 22.	Hasil dari penelitian ini adalah harga variabel dan variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, sedangkan variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, variabel harga, kualitas produk dan kualitas layanan secara bersama-sama

					berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan dan variabel kualitas produk yang paling signifikan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.
4	Komang Arya Gustawa Kawi Putra dan Ni Ketut Seminari (2020)	kualitas Produk, Kualitas layanan, dan kewajaran harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan The Old Champ Cafe	Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan harga Kepuasan Pelanggan	Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis diterima. Kualitas produk, kualitas layanan dan kewajaran harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5	Jessica Ordella Kristanto (2018)	Pengaruh Kualitas layanan, Kualitas produk dan harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Café One Eingteenth Coffee	Kualitas layanan, Kualitas produk, dan harga Kepuasan Pelanggan	Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan: kualitas produk dan harga secara persial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan: serta kualitas layanan, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap

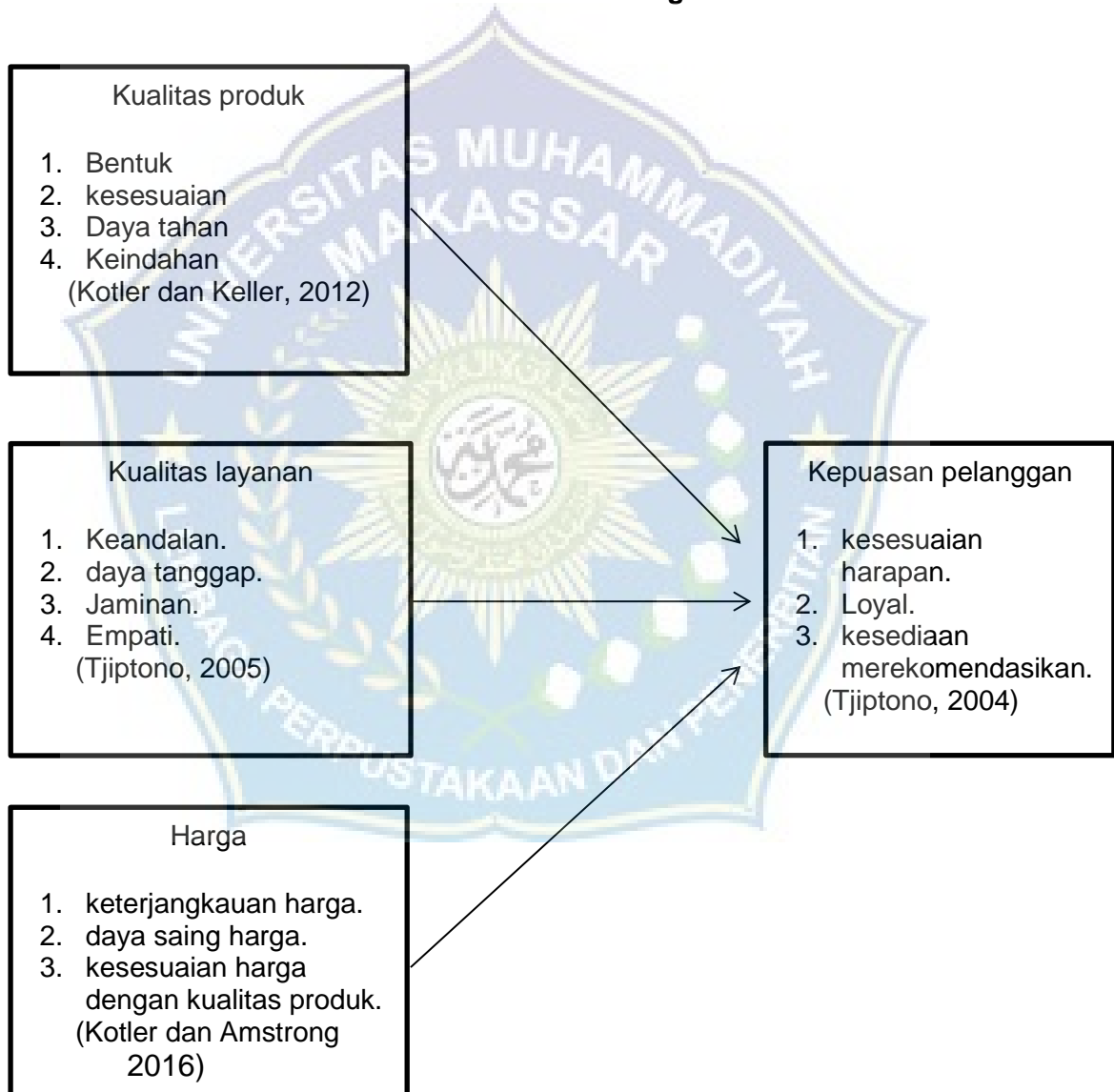
					kepuasan pelanggan.
6	Freekley Steyfli Maramis, Jantje L se pang, dan Agus Supandi Soegoto (2018)	Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Pt. Air Manado	-Kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan Kepuasan konsumen	Metode yang dipakai analisis regresi linier berganda	Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan dan persial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
7	Ni Putu Sukma Dewi, Ni Made Rustini, dan Ni Made Taman Sari (2021)	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Kober Mie Setan Cabang Pulau Kawe Denpasar	Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga Kepuasan pelanggan	Teknik analisis data yang digunakan analisis regresi linear berganda	Berdasarkan hasil uji F diperoleh besarnya F-hitung 36,802 yang lebih besar dari F-tabel 2,70 yang berarti secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada kober Mie Setan Cabang pulau Kawe.
8	Ricky Linardi (2019)	Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap	Kualitas produk, kualitas layanan dan harga. Kepuasan konsumen	Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan dan harga secara Persial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

		kepuasan konsumen pada Bisnis Online Shop RL_Watch			konsumen.
9	Jonathan Herdioko dan Valentcio Luwiska W (2020)	Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada toko Tekstil Mac Mohan, Solo.	Kualitas produk, persepsi harga dan kualitas layanan Kepuasan konsumen	Jenis penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda	Hasil pengujian ini menghasilkan nilai sig uji F sebesar = 0,00, artinya secara simultan variabel kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
10	Julia Mega Bansaleng, Jantje L Sepang, dan Jefrfri L A Tampenawas (2021)	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga produk terhadap kepuasan konsumen pengguna kartu XL di Manado.	Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga produk Kepuasan konsumen	Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda	Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara simultan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna kartu XL dan secara parsial hanya kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### C. Kerangka Pikir

Berdasarkan judul penelitian dari teori-teori yang digunakan, variabel yang ditampilkan adalah kualitas produk, kualitas layanan dan harga sebagai variabel bebas serta kepuasan pelanggan sebagai variabel terkait. Adapun kerangka penelitian yang dimaksud adalah sebagai berikut :

**Gambar 1. 1 Kerangka Pikir**



#### D. Hipotesis

Sugiono (2012:93) menyatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dinyatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan dari teori relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data, maka hipotesis yang di ajukan dalam penelitian ini yaitu: “Pengaruh Kualitas layanan dan harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada bengkel Patallasang Motor di Kabupaten Takalar”.

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini, maka hipotesis dikemukakan sebagai berikut:

- H1 : Diduga bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan Pelanggan.
- H2 : Diduga bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan Pelanggan.
- H3 : Diduga bahwa harga berpengaruh negatif dan signifikansi terhadap kepuasan Pelanggan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian Kuantitatif. Menurut (Sugiono, 2017) metode penelitian ialah metode ilmiah yang memperoleh informasi yang valid dengan tujuan bisa ditemui, dibuktikan serta dibesarkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya bisa digunakan buat menguasai, membongkar serta memprediksi permasalahan. Metode pendekatan penelitian yang digunakan dalam riset ini merupakan metode deskriptif serta vertifikatif dengan pendekatan kuantitatif menurut (Sugiono, 2017).

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi**

Sesuai dengan judul penelitian, maka yang menjadi tempat/lokasi penelitian adalah Bengkel Patallasang Motor yang bertempat di Jl. Ranggong Dg. Romo, pattallasang, Kab. Takalar, Sulawesi Selatan.

##### **2. Waktu**

Waktu penelitian ini rencananya dilakukan selama 2 bulan dengan rincian :

- a. Bulan pertama, pengurusan izin penelitian dan membagikan kusioner.
- b. Bulan kedua, melakukan analisis data dan interpretasi.



### C. Jenis Dan Sumber Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau metode yang digunakan dalam mengumpulkan data yang sedang diteliti. Artinya, teknik pengumpulan data melakukan langkah yang strategis dan juga sistematis untuk mendapatkan data yang valid dan juga sesuai dengan kenyataan.

Terdapat dua jenis sumber data yaitu sebagai berikut :

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari konsumen/responden melalui kuesioner, dan juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti, artikel, buku-buku sebagai teori, jurnal dan bacaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

### D. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Menurut Sugiono (1997:57) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa bengkel Patallasang motor yang tidak diketahui tepat berapa jumlah pelanggan yang telah melakukan pembelian dan jasa perbaikan.

## 2. Sampel

Menurut Sugiono (2017:81), sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Teknik sampling menurut Sugiono (2016:81) ialah teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan berdasarkan populasi dengan cara menggunakan Non-probability sampling dengan metode purposive sampling dimana teknik dalam pengambilan sampel ini memiliki pertimbangan-pertimbangan yang sudah ditentukan kepada responden. Untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Maholtra. Menurut (Maholtra,2006:291) disebutkan dalam buku riset pemasaran paling sedikit harus empat atau lima kali jumlah item pertanyaan. Sehingga dalam penelitian ini menggunakan 140 sampel yang diperoleh dari 5 x 28 (jumlah item pertanyaan).

### **E. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel**

- a. Operasional variabel dibuat agar penelitian dapat lebih mudah dipahami oleh pembaca setiap tulisan ini, sekaligus untuk menghindari terjadinya salah pengertian atau keliruan dalam pengertian variabel yang diteliti. Objek penelitiannya terdiri dari variabel bebas (*independen*) dan variabel terkait (*dependen*) yang digunakan yaitu kualitas produk, kualitas layanan dan harga

(*independen*) dan kepuasan pelanggan (*dependen*) (Hadita, 2019).

Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat definisi-definisi dibawah ini:

1. Variabel Kualitas Produk (X1)

kualitas produk didefinisikan sebagai kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsi-fungsinya (Kotler dan Amstrong,2010). Kualitas produk dapat di ukur dengan empat indikator yakni bentuk, daya tahan, kesesuaian, dan keindahan. (Kotler dan Keller, 2012)

2. Variabel Kualitas Layanan (X2)

Kualitas layanan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai konsep dari multidimensional yang dibangun melalui evaluasi terhadap kosntruksi dari sejumlah atribut yang terkait dengan jasa (Utami, 2006). Kualitas layanan dapa di ukur dengan 5 indikator yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. (Tjiptono, 2005)

3. Harga (X3)

Harga dalam penelitian ini didefinisikan sebagai sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Harga dapat diukur dengan 4 indikator yaitu keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian harga dengan manfaat.(Kotler, 2012)

4. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan Pelanggan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai rasa tingkat seseorang setelah merasakan

membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Bila kinerja lebih dari harapan pelanggan akan merasa puas dan sebaliknya. (Tjiptono,2005). Kepuasan dapat di ukur dengan 3 indikator, yakni kesesuaian harapan, loyal, dan kesediaan merekomendasikan.

(Tjiptono, 2004)

b. Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, variabel diukur menggunakan lembar tertulis berupa kuesioner yang berisi pernyataan dengan tujuan memperoleh data untuk kemudian digunakan dalam menganalisis variabel penelitian. Skala pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang ataupun kelompok terhadap fenomena sosial yang ada. Fenomena sosial ini telah ditentukan secara spesifik oleh peneliti yang kemudian dijadikan variabel penelitian (Sugiyono, 2017).

**Tabel 1. 2 Tabel skor penilaian Kuesioner**

No	Kategori Penelian	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Kurang Setuju(KS)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

## F. Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2017), terdapat beberapa teknik pengumpulan data, antara lain observasi, kuesioner, wawancara, dan studi pustaka. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data berupa observasi, kuesioner, dan dokumentasi.

### 1. Observasi

Menurut Nasution 1998 dalam (Sugiono, 2017), menyatakan bahwa observasi dasar ilmu semua pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.

### 2. Koesioner

Kuesioner adalah sebuah cara pengumpulan data yang digunakan dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yang nantinya akan di jawab (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini akan disebarkan daftar pertanyaan dalam rangka penyediaan atau pengumpulan data.

### 3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018:476) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumentasi, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

## G. Metode Analisis Data

Berdasarkan data dan variabel diatas, maka peneliti akan melakukan metode analisis data sebagai berikut :

### 1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum generalisasi (Sugiono, 2012 : 207). Dengan statistik deskriptif, data yang terkumpul di analisis dengan perhitungan rata-rata jawaban respon dari variabel pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Patallasang Motor di Kabupaten Takalar.

#### a. Deskripsi Responden

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner untuk menjangkau responden lebih sesuai target berdasarkan karakteristik sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini. Karakteristik responden bertujuan menguraikan deskripsi identitas responden menurut kriteria sampel penelitian yang telah ditetapkan. Salah satu tujuan pemaparan deskripsi karakteristik responden adalah memberikan gambaran responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Karakteristik responden pada penelitian ini yaitu menggunakan karakteristik responden jenis kelamin.

b. Deskripsi Variabel

Berdasarkan permasalahan yang diajukan, maka variabel yang dikaji dalam penelitian yang terdiri atas variabel independen dan variabel dependen:

- 1) Variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas layanan (X1), dan harga (X2)
- 2) Variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y)

2. Uji insrtumen penelitian

a. Uji validasi

Uji validitas merupakan pengujian terhadap suatu data yang membuktikan bahwa data tersebut dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Uji ini dilakukan untuk mengukur valid atau sah tidaknya suatu angket atau kuesioner. Kuesioner dikatakan valid atau sah apabila pertanyaan atau pernyataan yang ada pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur pada kuesioner tersebut. Uji validitas digunakan untuk menghitung nilai  $r$  atau korelasi antara data pada masing-masing pernyataan atau pertanyaan dengan skor total. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan Pearson's Product Moment Coeficient ( $r$ ) dengan kriteria pengambilan keputusan antara lain, apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir-butir pertanyaan atau pernyataan, dalam kuesioner tersebut dapat dikatakan valid. Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir-butir pertanyaan atau pernyataan

dalam kuesioner tersebut dapat dikatakan tidak valid dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) yaitu 95% atau 0.05 (Ghozali, 2016). Untuk mengetahui valid tidaknya item pernyataan dalam penelitian ini penulis menggunakan program komputer Statistical Program for Society Science (SPSS versi 28).

b. Uji Reabilitasi

Uji reliabilitas (kehandalan) merupakan alat yang digunakan untuk mengukur stabilitas dan konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner dalam penggunaan yang berulang. Suatu kuesioner dikatakan handal apabila jawaban dari seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan program komputer Statistical Program for Society Science (SPSS versi 23) yang memberikan fasilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu pernyataan dapat dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) > 0,70. Sebaliknya jika koefisien Cronbach Alpha ( $\alpha$ )  $\leq$  0,70 maka pernyataan dikatakan tidak reliabel (Ghozali, 2016).

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalisasi

Menurut Ghozali (2016). Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Jika Nilai Signifikan > (0,05), Maka distribusi



data dinyatakan normal dan jika Nilai Signifikan  $< (0,05)$  Maka distribusi data dinyatakan tidak normal.

## 2) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu regresi model linear regresi berganda. Uji ini bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji persil masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini dimaksudkan untuk mendeteksi gejala kolerasi antara variabel independen yang satu dengan variabel independen yang lain Ghozali (2016).

Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat kolerasi diantara variabel independen. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan melihat VIF (Variance Inflation Factors) dan nilai tolerance dan apabila  $VIF > 10$  dan nilai tolerance  $< 0,10$  maka terbebas gejala multikolinearitas.

## 3) Uji Heteroskedasiditas

Menurut Ghozali (2016), Uji heterokedastisitas bertujuan untuk melihat apakah pada model regresi tidak terjadi kesamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residu satu pengamatan ke pengamatan lain tetap,

maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut tidak heterokedastisitas. Heteroskedasititas dapat diketahui melalui Uji Glesjer. Jika probabilitas signifikansi masing-masing variabel independen  $> 0,05$ , maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedasititas dalam model regresi.

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model persamaan regresi linier berganda untuk menguji adanya pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + e \text{ (Sugiyono, 2017)}$$

Keterangan :

$a$  : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  : Koefisien regresi dari masing-masing variabel Independen

$E$  : Standar eror

$Y$  : Kepuasan Pelanggan

$X_1$  : Kualitas Produk

$X_2$  : Kualitas Pelayanan

$X_3$  : Harga

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan melakukan pengujian signifikansi parsial, pengujian signifikansi simultan, serta pengujian koefisien determinasi.

## H. Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian yang telah dibuat dimana rumusan masalah penelitian tersebut dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan ( Sugiono, 2017 ). Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam yaitu uji persial (uji t) dan uji koefisien deteminasi (R<sup>2</sup>).

### 1. Uji Model (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah model yang dibangun mengembangkan fakta ditempat penelitian jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa model yang dibangun menggambarkan fakta atau dapat generalisasikan di tempat penelitian untuk lebih mudahnya, dapat dengan melihat probabilitas dan membandingkan dengan taraf kesalahan yang digunakan yaitu 0,5 atau 5%. Jika probabilitasnya  $<$  taraf kesalahan maka model menggambarkan fakta begitu pula sebaliknya.

### 2. Uji Persial (Uji t)

Budi Setiawan (2015:6) Uji t dikenal sebagai uji persial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri (persial) terhadap variabel terkaitnya. Uji persial bertujuan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independent terhadap variabel dependent. uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel.

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terkait. Uji koefisien determinasi merupakan uji yang menjelaskan besaran perbandingan variasi dari variabel terakait yang dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai  $R^2$  bervariasi dari 0 sampai 1, artinya apabila nilai  $R^2 = 1$  maka variabel bebas memberikan pengaruh terhadap variabel terkait. Dan sebaliknya, apabila nilai  $R^2 = 0$  maka variabel bebas tidak memberikan pengaruh terhadap variabel terkait.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN HASIL PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Penelitian

##### 1. Profil Singkat

Usaha bengkel patallasang motor merupakan usaha yang bergerak dalam bidang jasa perbaikan dan perawatan kendaraan motor. Usaha perbengkelan dimulai sejak tahun 1998 Di daerah panaiakang jalan Ahmad Dani, Pattallasang, Takalar. Usaha jasa perbengkelan ini awal mulanya dari usaha kecil-kecilan milik bapak H.Samhuddin Dg Rumbu yang berprofesi sebagai kewirausahaan, dengan bantuan dukungan dari keluarga dan istrinya ibu Syardianti Dg Bulang. Mereka berkeinginan untuk mencari usaha sampingan sebagai penambah penghasil mereka. Dengan di awali usaha kecil-kecilan dan mengandalkan peralatan yang seadanya, pada saat itu tenaga-tenaga kerja yang membantu dalam kegiatan usaha jasa bengkel ini adalah bapak Dg Rumbu sendiri dan pada tahun peretengahan 2010 usaha jasa bengkel ini berubah menjadi usaha yang bergerak dibidang perbaikan motor, service motor, dan lain-lainnya yang mengenai permasalahan dan kerusakan pada motor. Dengan kegigihan dan kesabaran kini bengkel patallasang motor menjadi usaha yang banyak didatangi oleh kalangan anak muda yang ingin memperbaiki motornya.

Pada awal mula langkah mereka Bapak Dg Rumbu mendapat ide untuk membuka jasa perbengkelan di daerah panaikang karena

dilihat di daerah tersebut jasa perbengkelan sangat minim hanya satu atau dua bengkel saja dan jarang dibuka dan kebetulan daerah tersebut berlokasi sangat strategis karena berada di kotanya takalar sehingga banyak pengendara yang keluar masuk di daerah tersebut apabila bepergian ke Makassar karena menghubungkan jalan poros antar kabupaten (kata bapak Dg Rumbu). Maka dari itu bapak beliau mendapat ide untuk membuka usaha bengkel tersebut di depan rumahnya. Untuk memberikan bengkel Patallasang motor kesempatan dalam menggunakan usaha jasa perbaikan dan perawatan kendaraan, bengkel Patallasang motor harus memberikan pelayanan terbaik dan kepuasan kepada konsumen agar konsumen tidak kecewa dan bisa berlangganan di bengkel Patallasang motor.

## **2. Visi, Misi dan Tujuan**

### **a) Visi**

Menjadikan sebagai salah satu bengkel motor yang terpercaya dengan menyediakan spare part dan jasa servis yang mengutamakan pada kepuasan pelanggan didukung dengan peralatan canggih dan mekanik ahli yang berkompoten serta pelayanan yang terbaik dan terpercaya.

### **b) Misi**

1. Memberikan solusi terbaik pada penyediaan suku cadang berkualitas serta reparasi yang terpercaya
2. Memberikan pelayanan terbaik pada pelanggan dengan menjalankan proses kerja terbaik sehingga tercapai kepuasan pelanggan.

3. Membangun hubungan baik dalam bidang bisnis dan sosial dengan konsumen.
4. Memprioritaskan kepuasan konsumen dengan cara menerapkan pelayanan yang ramah, sopan, beretika dan kepercayaan.
5. Memberikan pelayanan jasa servis terbaik kepada konsumen.

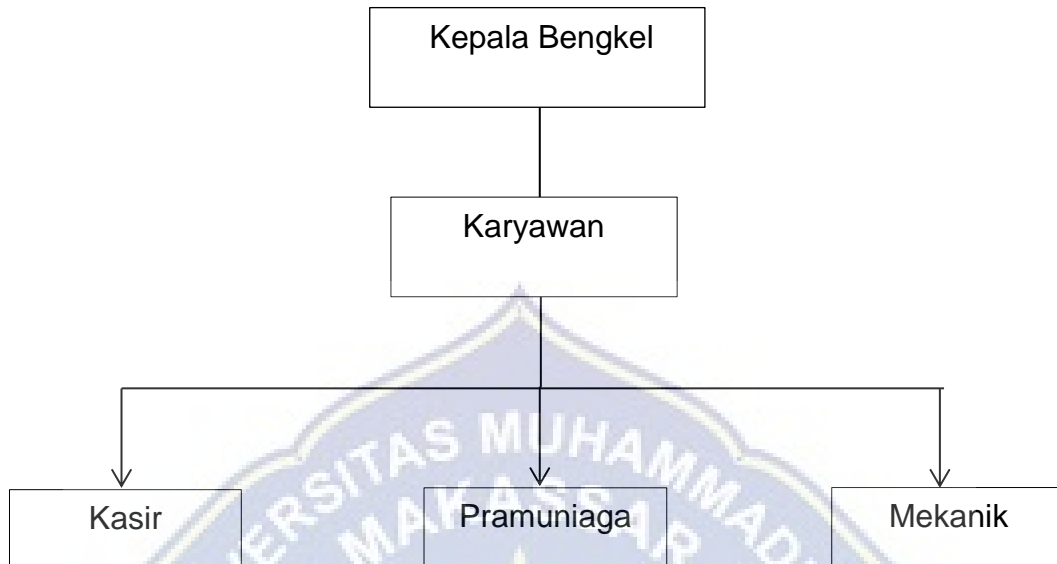
c) Tujuan

Adapun tujuan bengkel pattallassang motor yaitu untuk memberikan layanan produk, jasa perbaikan dan perawatan sepeda motor agar dapat kembali berjalan dengan baik sesuai dengan keinginan pemilik atau bentuk asli dari sepeda motor tersebut.

### 3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah suatu susunan atau hubungan antara komponen bagian-bagian dan posisi dalam suatu organisasi, komponen-komponen yang ada di dalam organisasi mempunyai ketergantungan, Sehingga jika terdapat satu komponen baik maka akan berpengaruh kepada komponen yang lainnya dan tentunya akan berpengaruh juga terhadap tumbuh dan berkembangnya organisasi tersebut. Adapun bentuk struktur organisasi bengkel Patallassang motor dapat kita lihat dibawah ini

**Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Bengkel  
Pattalassang Motor**



Struktur organisasi menunjukkan bahwa pemilik bengkel membawahi mekanik dan karyawan. Pemilik bengkel selalu mengawasi dan mengatur alur kerja karyawan.

**Tugas-tugas dari struktur organisasi diatas yaitu :**

- a. Kepala toko
  - 1) Mengkoordinir dan menjalankan semua kegiatan operasional
  - 2) Mengkoordinir semua aktivitas bengkel dalam memberikan pelayanan kepada semua pelanggan dan meningkatkan jumlah pelanggan.
  - 3) Meninjau dan memastikan produk spart pat bengkel lengkap
- b. Kasir
  - 1) Melakukan transaksi langsung
  - 2) Menerima penitipan barang



- 3) Persiapan retur barang
- 4) Mencatat penjualan barang

c. Pramuniaga

- 1) Memberikan pelayanan kepada pelanggan
- 2) Mendisplay barang dagangan baik di gudang maupun di rak
- 3) Stok opname

d. Mekanik

- 1) Memberikan pelayanan jasa perbaikan dan perawatan kendaraan konsumen.
- 2) Menginformasikan kerusakan yang dialami kendaraan kepada pemiliknya.
- 3) Memberikan solusi terbaik mengenai pergantian spart pat kendaraan.

## **B. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

### **1. Deskripsi Responden Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 28 pertanyaan kepada masyarakat umum di Takalar yang dari remaja sampai orang tua. Dari hasil analisis mengenai responden diperoleh data 140 responden dari kuesioner online. Responden dalam penelitian ini cukup beragam, yaitu dari dalam hal umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir dan pekerjaan.

#### **a) Berdasarkan Umur**

Keragaman responden berdasarkan umur dapat ditunjukkan pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1 Umur Responden

No	Umur	Jumlah Responden	Persentase
1	17 Tahun	3	3%
2	18 Tahun	8	8%
3	19 Tahun	8	8%
4	20 Tahun	19	19%
5	21 Tahun	19	19%
6	22 Tahun	22	22%
7	23 Tahun	14	14%
8	24 Tahun	5	5%
9	25 Tahun	8	8%
10	26 Tahun	5	5%
11	27 Tahun	4	4%
12	28 Tahun	7	7%
13	29 Tahun	0	0%
14	30 Tahun	1	1%
15	31 Tahun	1	1%
16	32 Tahun	3	3%
17	33 Tahun	0	0%
18	34 Tahun	1	1%
19	35 Tahun	2	2%
20	36 Tahun	1	1%
21	37 Tahun	0	0%
22	38 Tahun	4	4%
23	39 Tahun	1	1%
24	40 Tahun	1	1%
25	41 Tahun	1	1%
26	42 Tahun	1	1%
27	43 Tahun	0	0%
28	44 Tahun	0	0%
29	45 Tahun	1	1%
<b>Total</b>		<b>140</b>	<b>140%</b>

Sumber: Data primer diolah tahun 2023

Berdasarkan karakteristik umur responden pada tabel 4.1 tersebut, terlihat bahwa responden dengan umur 17 tahun sebanyak 3 orang atau 3%, umur 18 tahun sebanyak 8 orang atau 8%, umur 19 tahun sebanyak 8 orang atau 8%, umur 20 tahun sebanyak 19 orang atau 19%, umur 21 tahun sebanyak 19 orang atau 19%, umur 22 tahun sebanyak 22 orang atau 22%,

umur 23 tahun (14 orang) atau 14%, umur 24 tahun (5 orang) atau 5%, umur 25 tahun (8 orang) atau 8%, umur 26 tahun (5 orang) atau 5%, umur 27 tahun (4 orang) atau 4%, umur 28 tahun (7 orang) atau 7%, umur 29 tahun (tidak ada), umur 30 tahun (1orang) atau 1%, umur 31 tahun (1orang) atau 1%, umur 32 tahun (3 orang) atau 3%, umur 33 tahun (tidak ada), umur 34 tahun (1 orang) atau 1%, umur 35 tahun (2 orang) atau 2%, umur 36 tahun (1orang) atau 1%, umur 37 tahun (tidak ada), umur 38 tahun (4 orang) atau 4%, umur 39 tahun (1orang) atau 1%, umur 40 tahun (1orang) atau 1%, umur 41 tahun (1orang) atau 1%, umur 42 orang (1orang) atau 1%, umur 43 tahun (tidak ada), umur 44 tahun (tidak ada), umur 45 tahun (1orang) atau 1%. Penggunaan berdasarkan interval umur yang terbanyak adalah umur 22 tahun sebanyak 22 orang atau sama dengan 22%.

**b) Berdasarkan Jenis Kelamin**

Keragaman responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel 4. 2 berikut ini:

**Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-Laki	110	110%
2	Perempuan	30	30%
<b>Total</b>		<b>140</b>	<b>140%</b>

*Sumber: Data primer diolah tahun2023*

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada tabel 4. 2 tersebut, menunjukkan bahwa responden laki-laki sebanyak 110 orang atau sebesar 110% dan responden

perempuan sebanyak 30 orang atau sebesar 30%. Sebagian besar responden yang ada adalah responden berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 110%. Hal tersebut dikarenakan laki-laki lebih sering mengendarai motor dari pada perempuan.

### c) Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Keragaman responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat ditunjukkan pada tabel 4. 3 berikut ini:

**Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir Responden**

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase
Tidak Sekolah		
SD		
SMP/Sederajat	2	2%
SMA/Sederajat	107	107%
Diploma/Serjana	31	31%
<b>Total</b>	<b>140</b>	<b>140%</b>

*Sumber: Data primer diolah tahun 2023*

Berdasarkan karakteristik pendidikan terakhir responden pada tabel 4. 3 tersebut, menunjukkan bahwa responden SMP sebanyak 2 orang atau 2%, SMA sebanyak 107 orang atau 107%, dan Diploma/Serjana sebanyak 31 orang atau 31%. Sebagian besar penggunaan berdasarkan interval pendidikan terakhir yang terbanyak adalah Sma/ sederajat sebanyak 107 orang atau sama dengan 107%.

### d) Berdasarkan Pekerjaan

Keragaman responden berdasarkan Pekerjaan dapat ditunjukkan pada tabel 4. 4 berikut ini:

**Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden**

Pekerjaan	Jumlah Responden	Pesentase
PNS	4	4%
Wirausaha	21	21%
TNI/POLRI	8	8%
Pelajar/Mahasiswa	60	60%
Petani	15	15%
Pelayaran	5	5%
Guru	1	1%
Karyawan	7	7%
Perawat	2	2%
Pemuda Pancasila	1	1%
Honorer	2	2%
Security	2	2%
Koperasi	1	1%
Tidak ada	11	11%
<b>Total</b>	<b>140</b>	<b>140%</b>

Sumber: Data primer diolah tahun 2023

Berdasarkan karakteristik pekerjaan responden pada tabel 4. 4 tersebut, menunjukkan bahwa responden Pns sebanyak 4 orang atau 4%, wirausaha sebanyak 21 orang atau 21%, Tni/polri sebanyak 8 orang atau 8%, pelajar/mahasiswa sebanyak 60 orang atau 60%, petani 15 orang atau 15%, pelayaran 5 orang atau 5%, guru 1 orang atau 1%, karyawan 7 orang atau 7%, perawat 2 orang atau 2%, pemuda pancasila 1 orang atau 1%, Honorer 2 orang atau 2%, security 2 orang atau 2%, koperasi 1 orang atau 1%, dan tidak bekerja sebanyak 11 orang atau 11%. Sebagian besar responden yang ada adalah responden pekerjaan Pelajar/Mahasiswa yaitu sebanyak 60 orang atau 60%.

## 2. Deskripsi Variabel Penelitian

Untuk melihat tanggapan responden terhadap indikator-indikator variabel kualitas produk, kualitas layanan, harga dan kepuasan pelanggan dapat diuraikan sebagai berikut:

### a) Kualitas produk

Variabel kualitas produk diukur dengan menggunakan 4 indikator yakni : bentuk, kesesuaian, daya tahan dan keindahan. Semua indikator di kembangkan menjadi 2 item pernyataan. Adapun distribusi jawaban responden dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut:

**Tabel 4. 5 Distribusi frekuensi dan jawaban kualitas produk (X1)**

Indikator	Item	Skor Jawaban Responden										Mean Rata-rata	
		1 (STS)		2 (TS)		3 (KS)		4 (S)		5 (SS)			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X1.1	X1.1.1	2	1.4	1	.7	6	4.3	109	77.9	22	15.7	4,06	X1.1 4,03
	X1.1.2	1	.7	3	2.1	19	13.6	87	62.1	30	21.4	4,01	
X1.2	X1.2.1	0	0	0	0	18	12.9	87	62.1	35	25.0	4,12	X1.2 4,01
	X1.2.2	0	0	2	1.4	18	12.9	87	62.1	33	23.6	4,08	
X1.3	X1.3.1	2	1.4	0	0	6	4.3	96	68.6	36	25.7	4,17	X1.3 4,13
	X1.3.2	2	1.4	0	0	7	5.0	104	74.3	27	19.3	4,10	
X1.4	X1.4.1	2	1.4	2	1.4	10	7.1	96	68.6	30	21.4	4,07	X1.4 4,01
	X1.4.2	0	0	2	1.4	14	10.0	88	62.9	36	25.7	4,13	
<b>Nilai rata-rata variabel kualitas produk (X1)</b>											<b>4,09</b>		

Lampiran 3

Berdasarkan urutan rata-rata tabel 4.5 diatas maka di peroleh gambaran dan persepsi konsumen bengkel pattallassang motor bahwa ternyata hal pertama yang dilihat konsumen disana

terhadap kualitas produknya adalah bentuk produk, baru setelah itu kesesuaian dengan spesifikasi produk, kemudian daya tahan dan yang paling terakhir yang dinilai oleh konsumen disana adalah keindahan, sehingga dapat dilihat bahwa indikator daya tahan menjadi yang terakhir dilihat konsumen karena mungkin saja konsumen menilai bahwa produk disana mempunyai daya tahan yang baik sehingga ini menjadi opsi terakhir yang dinilai konsumen dalam memilih sebuah produk.

**b) Kualitas layanan**

Variabel kualitas produk diukur dengan menggunakan 4 indikator yakni : keandalan, daya tanggap, jaminan, empati. Semua indikator di kembangkan menjadi 2 item pernyataan. Adapun distribusi jawaban responden dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut:

**Tabel 4. 6 Distribusi frekuensi dan jawaban kualitas layanan (X2)**

Indikator	Item	Skor Jawaban Responden										Mean (Rata-rata)	
		1 (STS)		2 (TS)		3 (KS)		4 (S)		5 (SS)			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
<b>X2.1</b>	X2.1.1	0	0	1	.7	13	9.3	95	67.9	31	22.1	4,11	<b>X2.1 4,13</b>
	X2.1.2	0	0	1	.7	12	8.6	92	65.7	35	25.0	4,15	
<b>X2.2</b>	X2.2.1	2	1.4	1	.7	19	13.6	87	62.1	31	22.1	4,03	<b>X2.2 4,09</b>
	X2.2.2	3	2.1	1	.7	5	3.6	92	65.7	39	27.9	4,16	
<b>X2.3</b>	X2.3.1	0	0	3	2.1	26	18.6	89	63.6	22	15.7	3,93	<b>X2.3 3,96</b>
	X2.3.2	1	.7	5	3.6	18	12.9	86	61.4	30	21.4	3,99	
<b>X2.4</b>	X2.4.1	1	.7	1	.7	3	2.1	96	68.9	39	27.9	4,22	<b>X2.4 4,01</b>
	X2.4.2	2	1.4	1	.7	23	16.4	86	61.4	28	20.0	3,98	
<b>Nilai rata-rata variabel kualitas layanan (X2)</b>											<b>4,07</b>		

Berdasarkan urutan rata-rata tabel 4.6 diatas maka di peroleh gambaran dan persepsi konsumen bengkel pattallassang motor bahwa ternyata hal pertama yang dilihat konsumen disana terhadap kualitas layanan adalah keandalan, baru setelah itu daya tanggap, kemudian jaminan dan yang paling terakhir yang dinilai oleh konsumen disana adalah empati, sehingga dapat dilihat bahwa indikator keandalan menjadi yang terakhir dilihat konsumen karena mungkin saja konsumen menilai bahwa jasa layanan disana mempunyai keandalan yang baik sehingga ini menjadi opsi terakhir yang dinilai konsumen dalam memilih jasa service.

**c) Harga**

Variabel harga diukur dengan menggunakan 3 indikator yakni :keterjangkauan harga, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan kualitas produk. Semua indikator di kembangkan menjadi 2 item pernyataan. Adapun distribusi jawaban responden dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut:



**Tabel 4. 7 Distribusi frekuensi dan jawaban harga (X3)**

Indikator	Item	Skor Jawaban Responden										Mean (Rata-rata)	
		1 (STS)		2 (TS)		3 (KS)		4 (S)		5 (ST)			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
<b>X3.1</b>	X3.1.1	0	0	3	2.1	14	10.0	92	65.7	31	22.1	4,08	<b>X3.1</b> <b>4,13</b>
	X3.1.2	0	0	3	2.1	5	3.6	95	67.9	37	26.4	4,19	
<b>X3.2</b>	X3.2.1	1	.7	1	.7	9	6.4	96	68.6	33	23.6	4,14	<b>X3.2</b> <b>3,95</b>
	X3.2.2	4	2.9	11	7.9	27	19.3	71	50.7	27	19.3	3,76	
<b>X3.3</b>	X3.3.1	0	0	1	.7	3	2.1	91	65.0	45	32.1	4,29	<b>X3.3</b> <b>4,13</b>
	X3.3.2	1	.7	5	3.6	23	16.4	79	56.4	32	22.9	3,97	
<b>Nilai rata-rata variabel harga (X3)</b>												<b>4,07</b>	

Lampiran 3

Berdasarkan urutan rata-rata tabel 4.7 diatas maka di peroleh gambaran dan persepsi konsumen bengkel pattallassang motor bahwa ternyata hal pertama yang dilihat konsemen disana terhadap harga adalah keterjangkauan harga, baru setelah itu daya saing harga dan yang paling terakhir yang dinilai oleh konsumen disana adalah kesesuaian harga, hal itu bisa terjadi karena mungkin saja konsumen menilai bahwa produk disana mempunyai kualitas yang sama sehingga ini menjadi opsi terkahir yang dilihat konsumen dalam menilai harga produk.

**d) Kepuasan pelanggan**

Variabel kepuasan pelanggan diukur dengan menggunakan 3 indikator yakni: kesesuaian harapan, loyal dan kesediaan merekomendasikan. Semua indikator di

kembangkan menjadi 2 item pernyataan. Adapun distribusi jawaban responden dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut:

**Tabel 4. 8 Distribusi frekuensi dan jawaban kepuasan pelanggan (Y)**

Indikator	Item	Skor Jawaban Responden										Mean (Rata-rata)	
		1 (STS)		2 (TS)		3 (KS)		4 (S)		5 (ST)			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Y1.1	Y1.1.1	2	1.4	1	.7	6	4.3	91	65.0	40	28.6	4,19	Y1.1 4,22
	Y1.1.2	1	.7	0	0	9	6.4	82	58.6	48	34.3	4,26	
Y1.2	Y1.2.1	0	0	2	1.4	4	2.9	95	67.9	39	27.9	4,22	Y1.2 4,28
	Y1.2.2	0	0	0	0	6	4.3	81	57.9	53	37.9	4,34	
Y1.3	Y1.3.1	1	.7	1	.7	5	3.6	81	57.9	52	37.1	4,30	Y1.3 4,30
	Y1.3.2	1	.7	0	0	3	2.1	87	62.1	49	35.0	4,31	
<b>Nilai rata-rata variabel kepuasan pelanggan (Y)</b>												<b>4,27</b>	

*Lampiran 3*

Berdasarkan urutan rata-rata tabel 4.8 diatas maka di peroleh gambaran dan persepsi konsumen bengkel pattallassang motor bahwa ternyata hal pertama yang dillihat konsemen disana terhadap kepuasan pelanggan adalah kesesuaian harapan, baru setelah itu loyal, dan yang paling terakhir yang dinilai oleh konsumen disana adalah kesediaan merekomendasikan, tindakan ini menjadi tahap terakhir yang dilakukan oleh konsumen karena disitulah tahap konsumen mengambil keputusan untuk membeli atau menggunakan jasa service kendaraannya.

## C. Analisis dan Interpretasi (pembahasan)

### a. Analisis Data

#### 1. Uji instrument

##### a) Uji Validitas

Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi apakah item-item pertanyaan yang digunakan berhasil mengukur apa yang seharusnya diukur (valid). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dapat digunakan koefisien korelasi yang nilai signifikannya 5% atau 0,05% yang menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut sudah sah/valid sebagai pembentuk indikator. Pada penelitian ini terdapat 140 responden yang telah mengisi kuesioner. Berdasarkan jumlah responden, diketahui bahwa r-tabel untuk uji validitas sebesar (0,166). Hasil pengujian diperoleh bahwa semua pernyataan dapat dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari pada r tabel.

Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Indikator	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Sig.	keterangan
Produk X1	X1.1.1	0,675	0,166	0,000	Valid
	X1.1.2	0,689	0,166	0,000	Valid
	X1.2.1	0,552	0,166	0,000	Valid
	X1.2.2	0,548	0,166	0,000	Valid
	X1.3.1	0,412	0,166	0,000	Valid
	X1.3.2	0,583	0,166	0,000	Valid
	X1.4.1	0,594	0,166	0,000	Valid
	X1.4.2	0,601	0,166	0,000	Valid
Layanan X2	X2.1.1	0,561	0,166	0,000	Valid
	X2.1.2	0,400	0,166	0,000	Valid
	X2.2.1	0,754	0,166	0,000	Valid
	X2.2.2	0,631	0,166	0,000	Valid
	X2.3.1	0,627	0,166	0,000	Valid
	X2.3.2	0,699	0,166	0,000	Valid
	X2.4.1	0,535	0,166	0,000	Valid
	X2.4.2	0,620	0,166	0,000	Valid
Harga X3	X3.1.1	0,636	0,166	0,000	Valid
	X3.1.2	0,524	0,166	0,000	Valid
	X3.2.1	0,634	0,166	0,000	Valid
	X3.2.2	0,577	0,166	0,000	Valid
	X3.3.1	0,583	0,166	0,000	Valid
	X3.3.2	0,774	0,166	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan Y	Y1.1.1	0,758	0,166	0,000	Valid
	Y1.1.2	0,710	0,166	0,000	Valid
	Y1.2.1	0,728	0,166	0,000	Valid
	Y1.2.2	0,707	0,166	0,000	Valid
	Y1.3.1	0,750	0,166	0,000	Valid
	Y1.3.2	0,656	0,166	0,000	Valid

Lampiran 2

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, menunjukkan bahwa semua item pernyataan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sehingga dapat dinyatakan bahwa keseluruhan indikator adalah valid.

b) Uji Realiabilitas

Uji realibilitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner reliable atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk menentukan keandalan suatu pertanyaan digunakan program komputer SPSS 25, sehingga diperoleh nilai *Cronbach Alpha* untuk setiap variabel penelitian. Hasil uji dapat dikatakan reliable jika memiliki koefisien *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60. Hasil uji realibilitas data dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 10 Hasil Pegujian Reliabilitas**

Variabel	Nilai cronbach alpha	keterangan
X1	0,721	reliable
X2	0,757	reliable
X3	0,667	reliable
Y	0,812	reliable

Berdasarkan tabel 4. 9 diatas, menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan kuesioner memiliki koefisien *Cronbach Alpha* diatas 0,60 sehingga dapat dinyatakan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini sudah reliable atau handal.

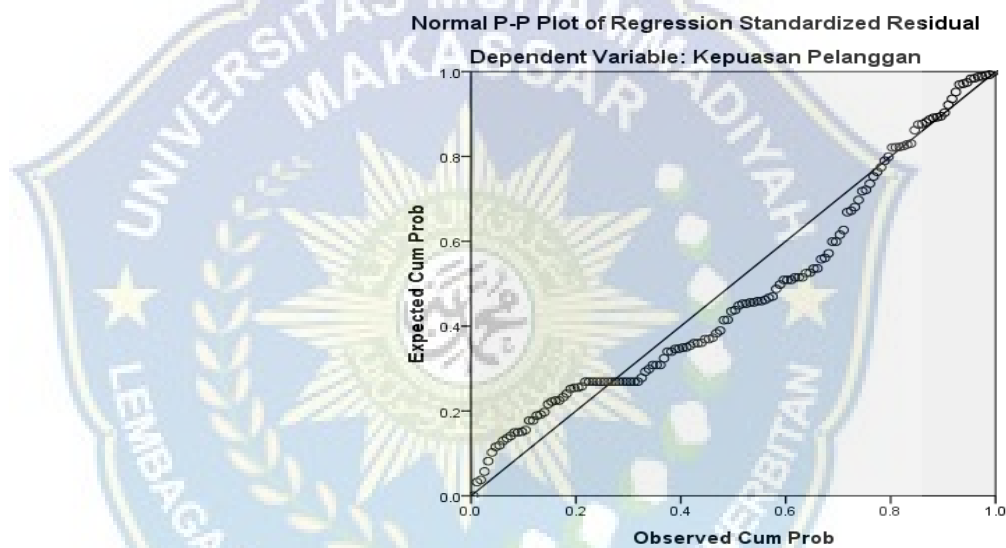
**2. Uji Asumsi Klasik**

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dengan distribusi normal. Uji ini menggunakan *Kolmogorov-smomov* yang mana jika nilai probabilitas  $> 0,05$  maka data penelitian dinyatakan berdistribusi normal. Hasil *uji normal probability plot* dapat dilihat pada gambar berikut:

**Gambar 4. 1 Uji Normalitas Probabilitas Plot**

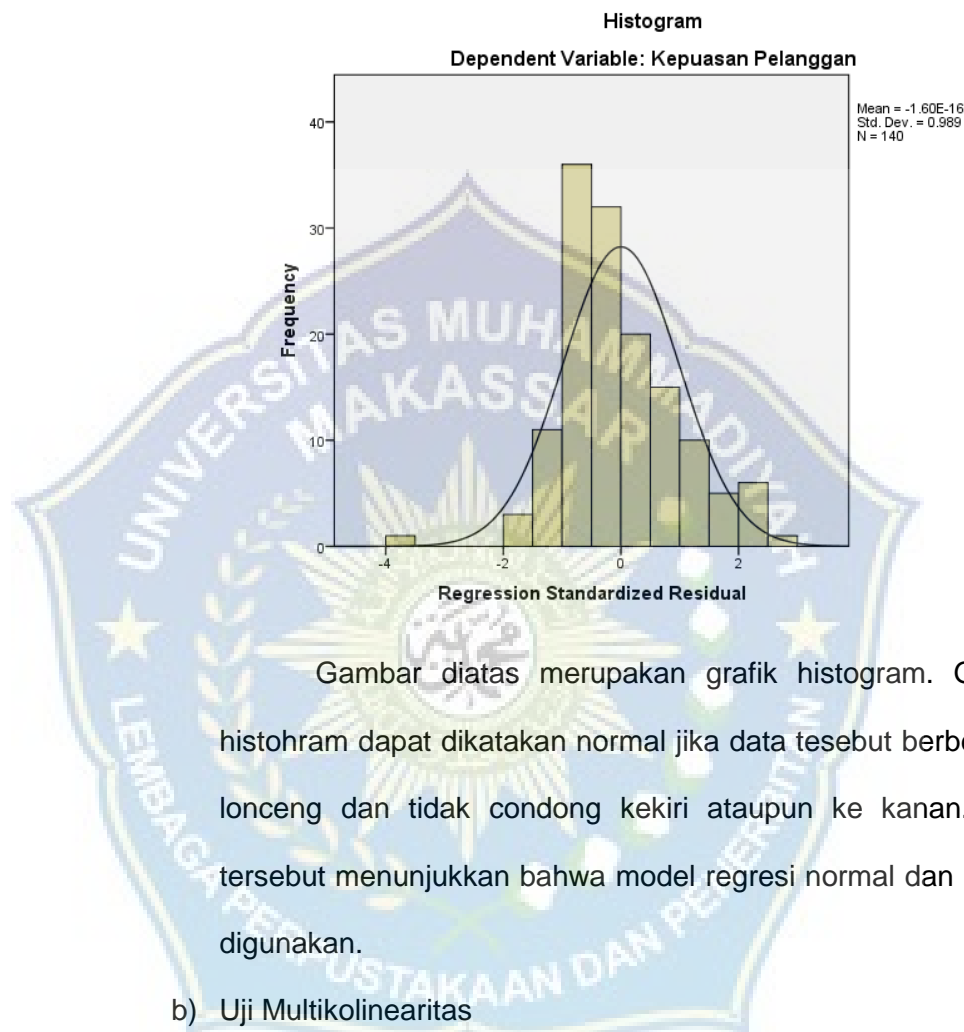


Sumber. Output Data SPSS 25, 2023

Pada hasil uji *normal probability plot*, perhatikan titik-titik dan garis diagonal. Jika titik-titik mengikuti garis diagonal dari titik 0 dan tidak melebar terlalu jauh, maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal. Namun, jika titik-titik melebar terlalu jauh dari garis diagonal, maka dapat disimpulkan data tidak berdistribusi normal. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Adapun hasil uji normalitas menggunakan uji Histogram dapat dilihat pada gambar berikut:

**Gambar 4. 2 Uji Normalitas dengan Histogram**



Gambar diatas merupakan grafik histogram. Grafik histohram dapat dikatakan normal jika data tesebut berbentuk lonceng dan tidak condong kekiri ataupun ke kanan. Hal tersebut menunjukkan bahwa model regresi normal dan layak digunakan.

b) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya Multikolinearitas, maka dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), besaran kolerasi antar variabel bebas. Jika nilai VIF yang dihasilkan

< 10, maka dinyatakan tidak adanya Multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

**Tabel 4. 11 Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk	0.466	2.144	Bebas Multikolinearitas
Kualitas Pelayanan	0.330	3.026	Bebas Multikolinearitas
Harga	0.389	2.569	Bebas Multikolinearitas

*Lampiran 4*

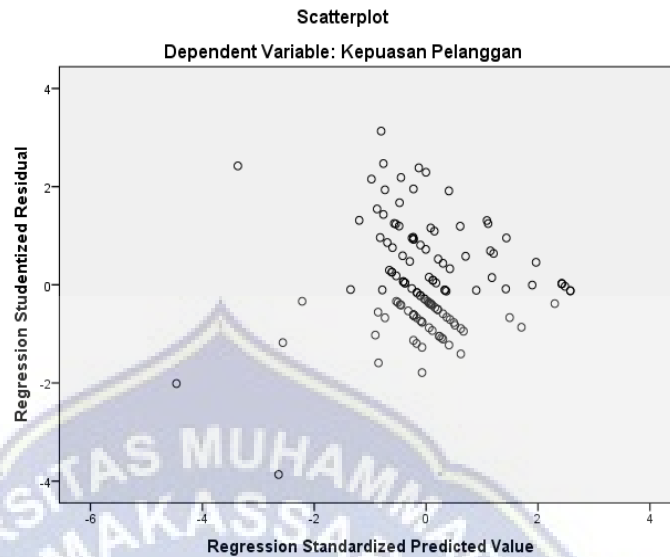
Berdasarkan nilai tabel diatas hasil uji Multikolinearitas menunjukkan bahwa data yang ada tidak terjadi gejala Multikolinearitas diantara setiap variabel independen ataupun variabel dependen dengan melihat pada nilai VIF. Nilai VIF yang akan digunakan yaitu 10 dan nilai toleransi 0,10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala Multikolinearitas sebab nilai VIF < 10 sedangkan nilai tolerance > 0, 10.

c) Uji heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heterokedastisitas menunjukkan bahwa variasi variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Pada heterokedastisitas kesalahan yang terjadi tidak secara acak tetapi menunjukkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel. Berdasarkan hasil pengolahan data, maka uji heterokedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 4. 3 Hasil Uji Heterokedastisitas**



Uji heterokedastisitas yang dilakukan dengan menggunakan uji Scatterplot. Jika pola titik-titik yang membentuk pola yang teratur maka dapat dikatakan terjadi heterokedastisitas, tetapi jika pola titik-titik tidak membentuk pola yang teratur dan menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0 maka data dikatakan terjadi heterokedastisitas.

Dari grafik scatterplot yang ada pada gambar 4.3 diatas, menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola dan menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa terjadi heterokedastisitas.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas yaitu kualitas produk, kualitas layanan, harga dengan variabel terkait yaitu kepuasan pelanggan. Analisis regresi linear berganda ini menggunakan input berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner dengan pengolahan data menggunakan program SPSS. Hal olah data analisis regresi linear berganda dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4. 13 Hasil analisis regresi linear berganda**

Variabel Bebas	Variabel Terkait	B	Beta	t	Sig.	Ket.
Kualitas Produk	Kepuasan pelanggan	.275	.311	3.382	.001	Signifikan
Kualitas Pelayanan	Kepuasan pelanggan	.225	.277	2.534	.012	Signifikan
Harga	Kepuasan pelanggan	-.171	.167	-1.660	.099	Tidak Signifikan
R = 0,681 R Square = 0,463 F = 39,104                      Sig = 0,000 Y = $a + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 - \beta_3 \cdot X_3 + e$ = $5.084 + 0,275X_1 + 0,225X_2 - 0,171X_3 + e$						

Lampiran 4

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + \beta_3 \cdot X_3 + e$$

$$= 5.084 + 0,275X_1 + 0,225X_2 - 0,171X_3 + e$$

- a) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi 0.275 dan tingkat signifikan  $0,001 < 0,05$ . Hal ini berarti semakin baik kualitas produk maka kepuasan pelanggan pada bengkel pattallassang motor akan semakin meningkat.
- b) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi 0.225 dan tingkat signifikan  $0,012 < 0,05$ . Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan pada bengkel pattallassang motor akan semakin meningkat.
- c) Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi -0.171 dan tingkat signifikan  $0,099 < 0,05$ . Hal ini berarti semakin tinggi harga maka kepuasan pelanggan pada bengkel pattallassang motor akan semakin menurun.

### 1. Uji F

Berdasarkan pada tabel 4.13 diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yakni  $39.104 > 2,67$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dibangun atau diteliti menggambarkan fakta ditempat penelitian penelitian atau dapat digeneralisasikan ditempat penelitian.

### 2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hasil perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.13 yang menunjukkan

nilai R Square sebesar 0,463 artinya model menggambarkan fakta sebesar 46,3. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk(X1), kualitas layanan(X2), dan harga(X3) memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap kepuasan pelanggan(Y) sebesar 46,3. Sedangkan sisahnya sebesar  $100\% - 46,3\% = 53,7$  merupakan keterbatasan alat ukur serta error peneliti dalam mengungkap fakta.

#### **b. Pembahasan**

Pembahasan dalam penelitian ini menjelaskan mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel pattallassang motor. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan, sedangkan variabel independen yaitu harga berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan pada bengkel pattallassang motor.

##### **1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Dari hasil uji analisis linear berganda pada tabel 4. 15 menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel pattallassang motor. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan pada penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel pattallassang motor dinyatakan diterima. Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh

(Komang Arya Gustawa Kawi Putra dan Ni Ketut Seminari, 2020) yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin bagus kualitas produk terhadap barang yang dijual maka konsumen akan semakin tertarik untuk melakukan pembelian

## 2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil uji analisis linear berganda pada tabel 4. 15 menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel pattallassang motor. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan pada penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel pattallassang motor dinyatakan diterima. Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rizka Bayu Aditya, 2020) yang menyatakan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil penelitian, menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanannya terhadap jasa perbaikan maka konsumen akan merasa puas dan akan kembali lagi untuk melakukan perbaikan/perawatan kendaraannya

## 3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil uji analisis linear berganda pada tabel 4. 15 menunjukkan bahwa kualitas harga tidak berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel pattallassang motor. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan pada penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel pattallassang motor dinyatakan diterima. Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Herry Novrianda, 2018) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil penelitian diatas, menunjukkan bahwa semakin tinggi harga terhadap suatu produk maka akan mengalami penurunan pembelian dan ketidakpuasan pada konsumen.

Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Dari gambar 4.3 hasil uji heterokedastisitas dilihat bahwa hasil tersebut terjadi heterokedastisitas karena pola titik-titik membentuk pola yang teratur.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang diperoleh mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel pattallassang motor di kabupaten Takalar, dengan sampel 140 responden pengguna jasa perbaikan dan produk bengkel pattallassang motor di kabupaten takalar, uji yang dilakukan menggunakan uji regresi linear berganda dibantu oleh aplikasi windows SPSS versi 28. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin bagus kualitas produk maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas layanannya maka tingkat kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat.
3. Kualitas harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin mahal harga suatu produk maka tingkat pembelian dan kepuasan pelanggan akan semakin menurun.

## B. Saran

Berdasarkan penelitian ini yang telah dilakukan, maka saran yang dapat saya sampaikan sebagai berikut:

1. Diharapkan pihak bengkel agar kualitas produk bisa dipertahankan serta meningkatkan terus menerus kualitas layanannya yang dimiliki dalam menjaga rasa kepuasan pelanggan karna semua variabel independennya yaitu kualitas produk dan kualitas layanan pada penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, terkecuali variabel independen harga yang menyatakan dalam penelitian ini bahwa tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Diharapkan pihak bengkel agar dapat menurunkan atau menstabilkan harga produknya agar konsumen dapat kembali membeli dan bisa merasakan kepuasan dalam produk tersebut.
3. Bagi penelitian selanjutnya hendaknya lebih memperluas objek penelitian maupun mencari variabel baru yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan agar penelitian semakin berkembang.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R. B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan Vol. 17 No. 01 - Juni 2020, 17, 61-68.*
- Budi Triongko, U. W. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Aki Incoe PT Meka Adipratam di Kota Semarang). *Fokus EMBA Vol. 01 No. 02 | Agustus 2022, 01, 216-226.*
- Heni Rohaeni<sup>1</sup>, N. M. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica, Vol. 2 No. 2 September 2018, 2, 312-318.*
- Henny Armaniah, A. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahass Honde Tangerang. *Managerial – Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen Vol. 2 No. 2 Tahun 2019, 2, 62-72.*
- Jonathan Herdioko, d. V. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Tekstil Mac Mohan, Solo. *JRMB, Volume 15, No. 2, Desember 2020, 15, 97-103.*
- Kristanto, J. O. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe One Eighteenth Coffee. *Home > Vol 6, No 1 (2018) > Kriatanto, 6, 121-131.*
- Linardi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Online Shop RI\_Watch. *Agora: Volume 7. No : 1, 2019, 7, 121-131.*
- Ni Putu Rani Sukma Dewi, 1. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kober Mie Setan Cabang Pulau Kawe Denpasar. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ), 3, 41-48.*
- Novrianda, H. (2018). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen terhadap toko industri/toko roti di Kota Bengkulu. *Performance. Volume 25 Nomor 2, 2018, pp. 28-35, 25, 28-35.*

- Pamela Montung<sup>1</sup>, J. S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kualiyas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Direstoran Kawan Baru. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 15 No. 05 Tahun 2015, 05*, 678-689.
- Rohim, A. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan di Toko Sinar Bahagia Motor.
- Saraswati, Y. D. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Di Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis, Volume 9, Nomor 2, 2021, 9*, 95-108.
- Soegoto<sup>3</sup>, F. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA, 6*, 1658 – 1667.
- Tampenawas<sup>3</sup>, J. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu XL Di Manado. *Jurnal EMBA, 331 - 340*.
- Utari, Putri. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Gowata Sakti Motor. Diss. Universitas Negeri Makassar, 2019.
- Wiguna , A. B. (2020). Pengaruh kualitas produk dan kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pengguna Sepeda Motor Crf 150L Pt Honda Sinarmas Sakti Kota Bandung) (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- 2, K. A. (2020). Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Kewajaran Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan The Old Champ Cafe. *E-Jurnal Manajemen, Vol. 9, No. 10, 2020, 9*, 3423-3442.



## LAMPIRAN



## KUESIONER

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL MOTOR HJ. MANGKA DI KABUPATEN TAKALAR**

---

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Saudara(i) Para Pelanggan Bengkel Motor Hj. Mangka Di Kabupaten Takalar

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir (Skripsi) sebagai mahasiswa Program Studi Manajemen Strata Satu (S1) Universitas Muhammadiyah Makassar, saya

**Nama** : Abd Rahim

**Nim** : 105721137219

**Program Studi** : Manajemen

**Fakultas** : Ekonomi Dan Bisnis

Bermaksud melakukan penelitian untuk penyusunan tugas akhir (skripsi) dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Pattallassang Motor Dikabupaten Takalar.**

Untuk itu, dengan hormat saya memohon kesediaan dari Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner penelitian yang telah saya lampirkan. Informasi yang telah didapatkan dari hasil pengisian kuesioner akan digunakan untuk mendukung

kelancaran penyusunan data skripsi ini. Perlu saya informasikan bahwa informasi yang telah diberikan oleh Bapak/Ibu kepada peneliti bertujuan hanya untuk kepentingan akademik semata, kerahasiaan data identitas responden sepenuhnya akan dijamin oleh peneliti. Demikian atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu yang telah memberi kontribusi meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini, saya ucapkan banyak terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*



Peneliti,

Abd Rahim  
Nim. 105721137219

### A. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki  Perempuan

Usia :

Pekerjaan :

Pendidikan Terakhir : SD  SMP  SMA

D3  S1  S2  Lainnya

### B. Petunjuk Penilaian

Pilihlah salah satu alternatif jawaban untuk setiap pertanyaan berdasarkan pendapat anda dengan memberikan tanda checklist (√).

Pilihan jawaban pada setiap item pertanyaan, yaitu:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak setuju (TS)
3. Kurang setuju (KS)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

**Tabel 3. 1 Kuesioner**

Variabel Kuakitas Produk (X1)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>Kinerja</b>						
1	Menurut saya kinerja produk sparepart bengkel Hj. Mangka sagat memuaskan					
2	Produk bengkel Hj. Mangka sudah terjamin aman sesuai kebutuhan motor					
<b>Daya Tahan</b>						
1	Kualitas Produk bengkel Hj. Mangka terjamin awet dan tahan lama					
2	Produk yang dijual mempunyai kualitas baik dan daya tahan lama					

Kesesuaian dengan Spesifikasi					
1	Produk bengkel Hj. Mangka mempunyai spesifikasi yang sangat bagus				
2	Spesifikasinya yang diberikan sesuai dengan harga produk bengkel				
Tampilan					
1	Bengkel Hj. Mangka menjual produk dengan tampilan bagus dari bengkel lain				
2	Produk variasi dapat menambah tampilan motor menjadi lebih keren dengan gaya kekinian				

## Variabel Kualitas Layanan (X1)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Keandalan						
1	Menurut saya perlengkapan produk bengkel pattalasang motor cukup lengkap daripada bengkel lain			★		
2	Mekanik bengkel pattalasang motor memberikan pelayanan yg baik dari pada bengkel lain					
Daya Tanggap						
1	Pelayanan servis yang diberikan cukup memuaskan dan cepat					
2	Bengkel pattalasang motor selalu memberi tahu langsung apa yang perlu diperbaiki					
Jaminan						
1	Bengkel pattalasang motor memberikan jaminan apabila servis kurang memuaskan					
2	Mekanik bengkel pattalasang motor memberikan jaminan pada pelanggan yang menggunakan jasa servis dibengkel tersebut					
Empati						
1	Pegawai bengkel pattalasang motor sangat ramah pada saat melayani konsumen					

2	Pegawai bengkel pattallassang motor memberikan perhatian individu kepada para konsumen					
---	----------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

## Variabel Harga (X2)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
keterjangkauan Harga						
1	Harga produk bengkel pattallassang motor sangat terjangkau dari pada bengkel lain					
2	Harga sparepart bervariasi sesuai dengan kualitasnya					
Daya Saing Harga						
1	Menurut saya harga produk bengkel pattallassang motor dapat bersaing dengan yang lain					
2	Kualitas sparepart bengkel pattallassang motor dapat bersaing dengan dealer resmi					
kesesuaian Harga						
1	Harga produk bengkel pattallassang motor sesuai dengan merek dan kualitas					
2	Menurut saya harga sparepart bengkel pattallassang motor sudah sesuai dengan harga sparepart dealer resmi					

## Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
kesesuaian harapan						
1	Produk yang dibutuhkan konsumen sudah sesuai dengan harapannya					
2	Saya puas dengan pelayanan bengkel pattallassang motor					
Loyal						
1	Saya puas atas kepercayaan yang diberikan pegawai bengkel pattallassang motor					
2	Saya puas dengan harga dan pelayanan					



	bengkel pattallassang motor					
kesediaan merekomendasikan						
1	Saya puas dengan rekomendasi harga yang terjangkau					
2	Saya puas dengan produk dan jasa servis yang diberikan pada bengkel pattallassang motor					

## Lampiran 2. Validitas & Reabilitas

### 1. Kualitas Produk (X1)

		Kualitas Produk
X1.1.1	Pearson Correlation	.675**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
X1.1.2	Pearson Correlation	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
X1.2.1	Pearson Correlation	.552**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
X1.2.2	Pearson Correlation	.548**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
X1.3.1	Pearson Correlation	.412**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
X1.3.2	Pearson Correlation	.583**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
X1.4.1	Pearson Correlation	.594**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
X1.4.2	Pearson Correlation	.601**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.721	8

## 2. Kualitas layanan (X2)

		Kualitas Layanan
X2.1.1	Pearson Correlation	.561**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
X2.1.2	Pearson Correlation	.400**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
X2.2.1	Pearson Correlation	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
X2.2.2	Pearson Correlation	.631**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
X2.3.1	Pearson Correlation	.627**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
X2.3.2	Pearson Correlation	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
X2.4.1	Pearson Correlation	.535**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
X2.4.2	Pearson Correlation	.620**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.757	8

### 3. Harga (X3)

		Harga
X3.1.1	Pearson Correlation	.636**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
X3.1.2	Pearson Correlation	.524**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
X3.2.1	Pearson Correlation	.634**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
X3.2.2	Pearson Correlation	.577**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
X3.3.1	Pearson Correlation	.583**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
X3.3.2	Pearson Correlation	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.667	6

#### 4. Kepuasan Pelanggan (Y)

		Kepuasan Pelanggan
Y1.1	Pearson Correlation	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
Y1.2	Pearson Correlation	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
Y1.3	Pearson Correlation	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
Y1.4	Pearson Correlation	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
Y1.5	Pearson Correlation	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140
Y1.6	Pearson Correlation	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	140

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.812	6

### Lampiran 3. Karakteristik responden & Distribusi Frekuensi

#### 1. Karakteristik responden

##### Umur Responden

No	Umur	Jumlah Responden	Persentase
1	17 Tahun	3	3%
2	18 Tahun	8	8%
3	19 Tahun	8	8%
4	20 Tahun	19	19%
5	21 Tahun	19	19%
6	22 Tahun	22	22%
7	23 Tahun	14	14%
8	24 Tahun	5	5%
9	25 Tahun	8	8%
10	26 Tahun	5	5%
11	27 Tahun	4	4%
12	28 Tahun	7	7%
13	29 Tahun	0	0%
14	30 Tahun	1	1%
15	31 Tahun	1	1%
16	32 Tahun	3	3%
17	33 Tahun	0	0%
18	34 Tahun	1	1%
19	35 Tahun	2	2%
20	36 Tahun	1	1%
21	37 Tahun	0	0%
22	38 Tahun	4	4%
23	39 Tahun	1	1%
24	40 Tahun	1	1%
25	41 Tahun	1	1%
26	42 Tahun	1	1%
27	43 Tahun	0	0%
28	44 Tahun	0	0%
29	45 Tahun	1	1%
<b>Total</b>		<b>140</b>	<b>140%</b>

### Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-Laki	110	110%
2	Perempuan	30	30%
<b>Total</b>		<b>140</b>	<b>140%</b>

### Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase
Tidak Sekolah		
SD		
SMP/Sederajat	2	2%
SMA/Sederajat	107	107%
Diploma/Serjana	31	31%
<b>Total</b>	<b>140</b>	<b>140%</b>

### Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
PNS	4	4%
Wirausaha	21	21%
TNI/POLRI	8	8%
Pelajar/Mahasiswa	60	60%
Petani	15	15%
Pelayaran	5	5%
Guru	1	1%
Karyawan	7	7%
Perawat	2	2%
Pemuda Pancasila	1	1%
Honoror	2	2%
Security	2	2%
Koperasi	1	1%
Tidak ada	11	11%
<b>Total</b>	<b>140</b>	<b>140%</b>

## 2. Distribusi Frekuensi

### a. Distribusi Frekuensi kualitas produk

#### X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1.4	1.4	1.4
	Tidak Setuju	1	.7	.7	2.1
	Kurang Setuju	6	4.3	4.3	6.4
	Setuju	109	77.9	77.9	84.3
	Sangat Setuju	22	15.7	15.7	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

#### X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.7	.7	.7
	Tidak Setuju	3	2.1	2.1	2.9
	Kurang Setuju	19	13.6	13.6	16.4
	Setuju	87	62.1	62.1	78.6
	Sangat Setuju	30	21.4	21.4	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

#### X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	18	12.9	12.9	12.9
	Setuju	87	62.1	62.1	75.0
	Sangat Setuju	35	25.0	25.0	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

**X1.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.4	1.4	1.4
	Kurang Setuju	18	12.9	12.9	14.3
	Setuju	87	62.1	62.1	76.4
	Sangat Setuju	33	23.6	23.6	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

**X1.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1.4	1.4	1.4
	Kurang Setuju	6	4.3	4.3	5.7
	Setuju	96	68.6	68.6	74.3
	Sangat Setuju	36	25.7	25.7	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

**X1.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1.4	1.4	1.4
	Kurang Setuju	7	5.0	5.0	6.4
	Setuju	104	74.3	74.3	80.7
	Sangat Setuju	27	19.3	19.3	100.0
	Total	140	100.0	100.0	



**X1.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1.4	1.4	1.4
	Tidak Setuju	2	1.4	1.4	2.9
	Kurang Setuju	10	7.1	7.1	10.0
	Setuju	96	68.6	68.6	78.6
	Sangat Setuju	30	21.4	21.4	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

**X1.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.4	1.4	1.4
	Kurang Setuju	14	10.0	10.0	11.4
	Setuju	88	62.9	62.9	74.3
	Sangat Setuju	36	25.7	25.7	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

**b. Distribusi Frekuensi kualitas layanan****X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.7	.7	.7
	Kurang Setuju	13	9.3	9.3	10.0
	Setuju	95	67.9	67.9	77.9
	Sangat Setuju	31	22.1	22.1	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

<b>X2.2</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.7	.7	.7
	Kurang Setuju	12	8.6	8.6	9.3
	Setuju	92	65.7	65.7	75.0
	Sangat Setuju	35	25.0	25.0	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

<b>X2.3</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1.4	1.4	1.4
	Tidak Setuju	1	.7	.7	2.1
	Kurang Setuju	19	13.6	13.6	15.7
	Setuju	87	62.1	62.1	77.9
	Sangat Setuju	31	22.1	22.1	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

<b>X2.4</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	2.1	2.1	2.1
	Tidak Setuju	1	.7	.7	2.9
	Kurang Setuju	5	3.6	3.6	6.4
	Setuju	92	65.7	65.7	72.1
	Sangat Setuju	39	27.9	27.9	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

<b>X2.5</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.1	2.1	2.1
	Kurang Setuju	26	18.6	18.6	20.7
	Setuju	89	63.6	63.6	84.3
	Sangat Setuju	22	15.7	15.7	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

<b>X2.6</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.7	.7	.7
	Tidak Setuju	5	3.6	3.6	4.3
	Kurang Setuju	18	12.9	12.9	17.1
	Setuju	86	61.4	61.4	78.6
	Sangat Setuju	30	21.4	21.4	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

<b>X2.7</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.7	.7	.7
	Tidak Setuju	1	.7	.7	1.4
	Kurang Setuju	3	2.1	2.1	3.6
	Setuju	96	68.6	68.6	72.1
	Sangat Setuju	39	27.9	27.9	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

<b>X2.8</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1.4	1.4	1.4
	Tidak Setuju	1	.7	.7	2.1
	Kurang Setuju	23	16.4	16.4	18.6
	Setuju	86	61.4	61.4	80.0
	Sangat Setuju	28	20.0	20.0	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

**c. Distribusi Frekuensi harga**

<b>X3.1</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.1	2.1	2.1
	Kurang Setuju	14	10.0	10.0	12.1
	Setuju	92	65.7	65.7	77.9
	Sangat Setuju	31	22.1	22.1	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

<b>X3.2</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.1	2.1	2.1
	Kurang Setuju	5	3.6	3.6	5.7
	Setuju	95	67.9	67.9	73.6
	Sangat Setuju	37	26.4	26.4	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

<b>X3.3</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.7	.7	.7
	Tidak Setuju	1	.7	.7	1.4
	Kurang Setuju	9	6.4	6.4	7.9
	Setuju	96	68.6	68.6	76.4
	Sangat Setuju	33	23.6	23.6	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

<b>X3.4</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	2.9	2.9	2.9
	Tidak Setuju	11	7.9	7.9	10.7
	Kurang Setuju	27	19.3	19.3	30.0
	Setuju	71	50.7	50.7	80.7
	Sangat Setuju	27	19.3	19.3	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

<b>X3.5</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.7	.7	.7
	Kurang Setuju	3	2.1	2.1	2.9
	Setuju	91	65.0	65.0	67.9
	Sangat Setuju	45	32.1	32.1	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

<b>X3.6</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.7	.7	.7
	Tidak Setuju	5	3.6	3.6	4.3
	Kurang Setuju	23	16.4	16.4	20.7
	Setuju	79	56.4	56.4	77.1
	Sangat Setuju	32	22.9	22.9	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

**d. Distribusi Frekuensi kepuasan pelanggan**

<b>Y1.1</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1.4	1.4	1.4
	Tidak Setuju	1	.7	.7	2.1
	Kurang Setuju	6	4.3	4.3	6.4
	Setuju	91	65.0	65.0	71.4
	Sangat Setuju	40	28.6	28.6	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

<b>Y1.2</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.7	.7	.7
	Kurang Setuju	9	6.4	6.4	7.1
	Setuju	82	58.6	58.6	65.7
	Sangat Setuju	48	34.3	34.3	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

Y1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.4	1.4	1.4
	Kurang Setuju	4	2.9	2.9	4.3
	Setuju	95	67.9	67.9	72.1
	Sangat Setuju	39	27.9	27.9	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

Y1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	6	4.3	4.3	4.3
	Setuju	81	57.9	57.9	62.1
	Sangat Setuju	53	37.9	37.9	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

Y1.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.7	.7	.7
	Tidak Setuju	1	.7	.7	1.4
	Kurang Setuju	5	3.6	3.6	5.0
	Setuju	81	57.9	57.9	62.9
	Sangat Setuju	52	37.1	37.1	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

Y1.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.7	.7	.7
	Kurang Setuju	3	2.1	2.1	2.9
	Setuju	87	62.1	62.1	65.0
	Sangat Setuju	49	35.0	35.0	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

## Lampiran 4. Regresi Linear Berganda & Uji Asumsi Klasik

### 1. Regresi Linear Berganda

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimste
1	.681 <sup>a</sup>	.463	.451	1.95220

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

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	447.087	3	149.029	39.104	.000 <sup>b</sup>
	Residual	518.306	136	3.811		
	Total	965.393	139			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

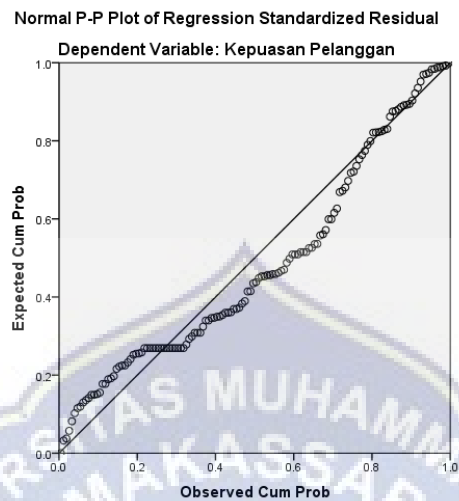
Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.084	1.918		2.651	.009		
	Kualitas Produk	.275	.081	.311	3.382	.001	.466	2.144
	Kualitas Pelayanan	.225	.089	.277	2.534	.012	.330	3.026
	Harga	.171	.103	.167	1.660	.099	.389	2.569

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan



## 2. Uji Asumsi Klasik

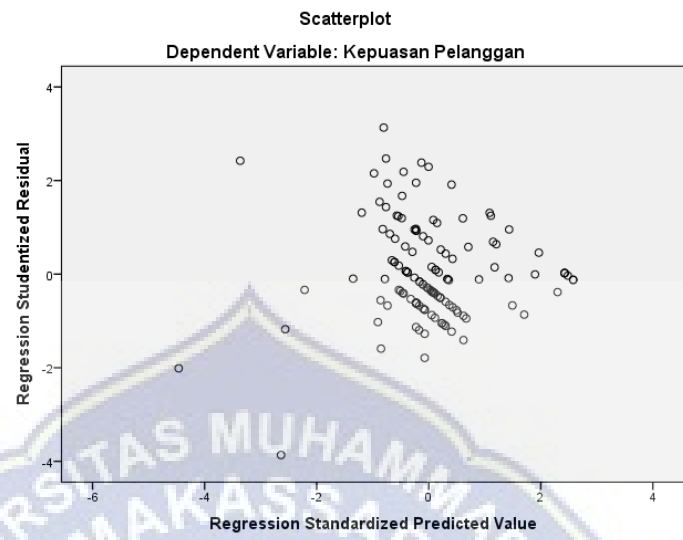
### a. Uji Normalitas



### b. Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Tolerance	VIF	
		B	Std. Error	Beta	t			Sig.
1	(Constant)	5.084	1.918		2.651	.009		
	Kualitas Produk	.275	.081	.311	3.382	.001	.466	2.144
	Kualitas Pelayanan	.225	.089	.277	2.534	.012	.330	3.026
	Harga	.171	.103	.167	1.660	.099	.389	2.569

c. Uji Heterokedastisitas



## Lampiran 5. Surat keterangan izin penelitian


**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
 LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
 Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 e-mail :lp3m@unismuh.ac.id

---

Nomor : 1308/05/C.4-VIII/IV/1444/2023 22 Ramadhan 1444 H  
 Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal 13 April 2023 M  
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,  
 Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel  
 Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan  
 di -  
 Makassar

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ  
 Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 580/05/A.2-II/IV/44/2023 tanggal 13 April 2023, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : ABD RAHIM  
 No. Stambuk : 10572 1127219  
 Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
 Jurusan : Manajemen  
 Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

**"PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP PELANGGAN PADA BENGKEL MOTOR HJ MANGKA DI KABUPATEN TAKALAR"**

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 18 April 2023 s/d 18 Juni 2023.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Ketua LP3M,  
  
**Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP.**  
**NBM 101 7716**

04-23

No. SERI 158



**PEMERINTAH KABUPATEN TAKALAR**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
*Jl. Jenderal Sudirman No.28 Telp. (0418) 323291 Kab. Takalar*

Takalar, 05 Mei 2023

Nomor : 158/IP-DPMPTSP/V/2023  
 Lamp. : -  
 Perihal : *Izin Penelitian*

K e p a d a  
 Yth. Pemilik Bengkel H. Mangka Panaikang  
 Kab. Takalar  
 Di-  
Takalar

Berdasarkan Surat Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan Nomor : 15801/S.01/PTSP/2023, tanggal 18 April 2023, perihal Izin Penelitian dan Surat Rekomendasi Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Takalar Nomor: 070/162/BKBP/IV/2023 tanggal 05 Mei 2023, dengan ini disampaikan bahwa:

Nama : ABD. RAHIM  
 Tempat Tanggal Lahir : Takalar, 31 Januari 2001  
 Jenis Kelamin : Laki-Laki  
 Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa (S1) UNISMUH Makassar  
 Alamat : Balang Desa/Kel. Bontomanai  
 Kec. Mangarabombang Kab. Takalar

Bermaksud akan mengadakan penelitian di kantor/instansi/wilayah kerja Bapak/Ibu dalam Rangka Penyusunan *Skripsi* dengan judul :

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP  
 KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL MOTOR H. MANGKA DI  
 KABUPATEN TAKALAR “**

Yang akan dilaksanakan : 18 April 2023 s/d 17 Juni 2023  
 Pengikut / Peserta

Sehubungan dengan hal tersebut di atas pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan sbb:

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan dimaksud kepada yang bersangkutan harus melapor kepada Bupati Takalar Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kab. Takalar ;
2. Penelitian tidak menyimpang dari ketentuan yang berlaku ;
3. Mentaati semua Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku dan Adat Istiadat setempat;
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil *Skripsi* Kepada Bupati Takalar Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kab. Takalar ;
5. Surat pemberitahuan penelitian ini dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut diatas.

Demikian disampaikan kepada saudara untuk ~~CRIBATE~~ dan keperluannya.

**ANDI RIVAL MUSTAMIN, M.M**  
 Pembina Utama Muda  
 NIP : 197407151992111001

**Tembusan** : disampaikan kepada Yth :

1. Bupati Takalar di Takalar (sebagai laporan);
2. Kepala Bapelitbang Kab. Takalar di Takalar;
3. Kepala Badan Kesbangpol Kab. Takalar di Takalar;
4. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar ;
5. Pertinggal;

**BENKEL PATTALLASSANG MOTOR***Jl. Ahmad Dani, Panaikang Kec. Patallassang, Kab. Takalar Provinsi Sulawesi Selatan*

Pattallassang, 10 Mei 2023

Nomor :  
 Sifat : Biasa  
 Lamp : -  
 Hal : Izin Penelitian

Kepada  
 Yth. Ketua LP3M Unismuh Makassar  
 Di-  
 Makassar

Menindak lanjuti Surat Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Takalar, dengan Nomor : 158/IP-DPMPSTSP/V/2023 tanggal 18 April 2023, Tentang Rekomendasi Penelitian Pada Bengkel Pattallassang Motor Kabupaten Takalar, kepada saudara(i) yang tersebut dibawah ini :

Nama : Abd Rahim  
 Tempat/Tanggal Lahir : Takalar, 31 Januari 2001  
 Nim : 105721137219  
 Jurusan : Manajemen  
 Pekerjaan Atau Lembaga : Mahasiswa (S1) UNISMUH Makassar  
 Alamat : Desa/Kel. Bontomanai  
 Kec. Mangarabombang Kab, Takalar

Menyatakan bersedia menerima Mahasiswa UNISMUH Makassar dalam rangka penyelesaian Skripsinya terhitung mulai 17 April s/d 17 Juni 2023 dengan judul skripsi :

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENKEL PATALASSANG MOTOR DI KABUPATEN TAKALAR”**

Kepada yang bersangkutan wajib memenuhi protocol kesehatan pemcegahan COVID-19

Dengan disampaikan, atas perhatian saudara(i) diucapkan terimah kasih.

Pemilik Bengkel Pattallassang Motor  
 Jual Alat Motor, Mobil dll  
 SERVICE  
 Alamat: Jl. Ranggong Dg. Romo  
 (Depan SPBU Panaikang Takalar)  
 HP. 081 342 275 215

H. Saohuddin DG RUMBEL

Tembusan :

1. Yang bersangkutan
2. Arsip

## Lampiran 6. Surat Keterangan Bebas Plagiat



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

*Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588*

---

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT**

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,  
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Abd Rahim  
NIM : 105721137219  
Program Studi : Manajemen  
Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	9 %	10 %
2	Bab 2	2 %	25 %
3	Bab 3	5 %	10 %
4	Bab 4	4 %	10 %
5	Bab 5	5 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperiunya.

Makassar, 06 Juli 2023  
Mengetahui

Kepala UPT Perpustakaan dan Penerbitan,



....., M.I.P.  
NIM. 964 591

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222  
Telepon (0411)866972,881 593, fax (0411)865 588  
Website: [www.library.unismuh.ac.id](http://www.library.unismuh.ac.id)  
E-mail : [perpustakaan@unismuh.ac.id](mailto:perpustakaan@unismuh.ac.id)

Lampiran 7. Dokumentasi



## BIOGRAFI PENULIS



Abd Rahim, nama panggilan Rahim lahir di Takalar tanggal 31 Januari 2001. Anak ke dua dari 3 bersaudara, buah hati dari pasangan ayahanda “Abdullah Daeng Nape” dan ibunda “Jumariah dg. Ngintang”. Penulis pertama kali menempuh bangku pendidikan tepat pada umur 7 tahun di Sekolah Dasar (SD) pada SD Negeri Inpres Balang pada tahun 2007 dan selesai pada tahun 2013, dan pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan sekolah menengah pertama (SMP) pada SMP Negeri 5 Mangarabombang dan selesai pada tahun 2016, dan pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan menengah atas (SMA) pada SMA Negeri 1 Takalar dan selesai pada tahun 2019. Pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan perguruan tinggi dan terdaftar pada salah satu perguruan tinggi swasta Universitas Muhammadiyah Makassar, penulis mengambil program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dan Syukur Alhamdulillah akhirnya penulis menyelesaikan pendidikan perguruan tinggi pada tahun 2023.

Berkat petunjuk dan pertolongan Allah Subhanahu Wa Taala, usaha dan disertai do'a dari kedua orang tua beserta saudara dalam menjalani aktivitas akademik diperguruan tinggi Universitas Muhammadiyah Makassar, Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Pattalassang Motor di Kabupaten Takalar.