

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL  
MOTOR CAMBAYYA PROJECT KECAMATAN  
PA'JUKUKANG KABUPATEN  
BANTAENG**

**SKRIPSI**



**DODI ISWANDI ERWIN**

**NIM: 105721102519**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2024**

**KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA**

**JUDUL PENELITIAN:**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL  
MOTOR CAMBAYYA PROJECT KECAMATAN  
PA'JUKUKANG KABUPATEN  
BANTAENG**

**SKRIPSI**

**Disusun dan Diajukan oleh:**

**DODI ISWANDI ERWIN**  
**NIM: 105721102519**

***Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar***

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

**2024**

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

**Jika Kamu Tidak Mampu Terbang, Maka Berlarilah.  
“HIDUP MULIA ATAU MATI SYAHID”**

### **PERSEMBAHAN**

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

**Alhamdulillah Rabbil'alamin**

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

### **PESAN DAN KESAN**

**Berterima kasihlah pada hal-hal yang kecil yang membantumu untuk mencapai hal yang besar**



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

*Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972*

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pajukukang Kabupaten Bantaeng

Nama Mahasiswa : Dodi Iswandi Erwin

No.Stambuk/ NIM : 105721102519

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa penelitian ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan didepan panitia Penguji skripsi strata (S1) pada tanggal 20 Januari 2024 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

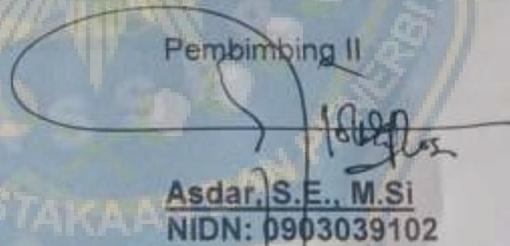
Makassar, 5 Februari 2024

Menyetujui

Pembimbing I

  
**Moh. Aris Fasigai, S.E., M.M**  
NIDN: 0008056301

Pembimbing II

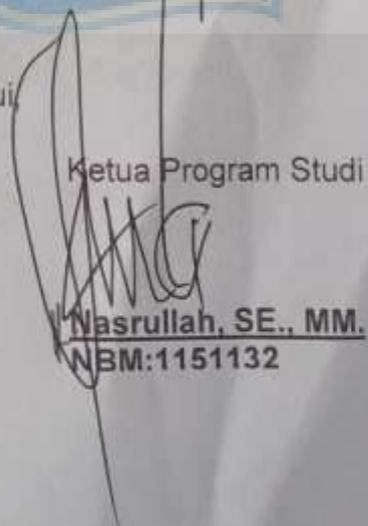
  
**Asdar, S.E., M.Si**  
NIDN: 0903039102

Dekan

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

Mengetahui

Ketua Program Studi

  
**Nasrullah, SE., 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 Dodi Iswandi Erwin, Nim: 105721102519 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0001/SK-Y/61201/091004/2024 M, Tanggal 8 Rajab 1445 H / 20 Januari 2024 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 24 Rajab 1445 H  
5 Februari 2024 M

**PANITIA UJIAN**

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag  
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.  
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc.  
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Andi Rustam, SE.,MM.,AK.,CA,CPA  
2. Dr. Andi Mappatempo, S.E., M.M  
3. Asri Jaya, SE., MM  
4. Aulia, S.IP., M.Si.M.

Disahkan Oleh,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar

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



PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

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

سورة التوبة  
**SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dodi Iswandi Erwin  
Stambuk : 105721102519  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pajukukang Kabupaten Bantaeng

Dengan ini menyatakan bahwa:

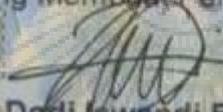
***Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.***

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

Makassar, 5 Februari 2024

Yang Membuat Pernyataan,



  
**Dodi Iswandi Erwin**  
**NIM: 105721102519**

Diketahui Oleh:

Dekans



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

Ketua Program Studi

**Nasrullah, SE., MM.**  
**NBM:1151132**

**HALAMAN PERNYATAAN  
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

---

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

Nama : Dodi Iswandi Erwin

NIM : 105721102519

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

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

**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng**

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, 5 Februari 2024

Yang Membuat Pernyataan,



  
**Dodi Iswandi Erwin**  
**NIM: 105721102519**

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pa’jukukang Kabupaten Bantaeng”.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis Bapak **Erwin Syaefuddin, S.E** dan Ibu **Iswiansyah, S.Pd** yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis 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’an, 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. Moh. Aris Pasigai, S.E., M.M selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Asdar, S.E., M.Si selaku Pembimbing II yang telah berkenan 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 menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.

7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

8. Kepada kedua orang tua saya Bapak Erwin Syaefuddin, S.E dan Ibu Iswiansyah, S.Pd yang terus memberikan dukungannya.

9. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan 2019 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.

10. Kepada Kakanda Dan Teman-teman Asrama Hitam HPMB.

11. Terima kasih 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 Universitas Muhammadiyah Makassar.

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

Makassar, 3 Januari 2024

Penulis.

Dodi Iswandi Erwin

## ABSTRAK

**Dodi Iswandi Erwin. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pa'Jujukang Kabupaten Bantaeng. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh : Moh Aris Pasigai dan Asdar**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode pengumpulan data yang berfokus pada variabel-variabel serta hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya menggunakan instrumen penelitian serta teknik analisis data yang digunakan bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project. Kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project.

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



## ABSTRACT

**Dodi Iswandi Erwin. 2023. *The Influence of Service Quality, Price and Location on Customer Satisfaction at the Cambayya Project Motorcycle Workshop, Pa'Jujukang District, Bantaeng Regency. Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business. Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by: Moh Aris Pasigai and Asdar***

The aim of this research is to determine the influence of service quality, price and location on customer satisfaction at the Cambayya project motorbike repair shop, Pa'jukukang District, Bantaeng Regency. The type of research used is quantitative with data collection methods that focus on variables and the relationship between one variable and another using research instruments and the data analysis techniques used are statistical with the aim of testing the established hypothesis. The research results show that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at the Cambayya Project motorbike repair shop. Price has a positive and significant effect on customer satisfaction at the Cambayya Project motorbike repair shop. Location has a positive and significant effect on customer satisfaction at the Cambayya project motorbike repair shop. Service quality, price and location simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction at the Cambayya Project motorbike repair shop.

**Keywords:** Price, Service Quality, Customer Satisfaction, Location.



## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6

D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
A. Tinjauan Teori.....	8
B. Penelitian Empiris .....	21
C. Kerangka Pikir .....	26
D. Hipotesis.....	27
<b>BAB III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
A. Jenis Penelitian.....	28
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	29
C. Jenis dan Sumber Data .....	29
D. Populasi dan Sampel.....	30
E. Teknik Pengumpulan Data.....	31
F. Definisi Operasional Variabel .....	32
G. Metode Analisis Data .....	33
H. Uji Hipotesis.....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
B. Hasil Penelitian.....	40
C. Analisis dan Interpretasi (Pembahasan).....	55
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan.....	60

B. Saran.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>64</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>84</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	32
Tabel 4.1 Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin .....	41
Tabel 4.2 Ditribusi Responden Menurut Usia .....	41
Tabel 4.3 Distribusi Responden Menurut Pendidikan .....	42
Tabel 4.4 Distribusi Responden Menurut Pekerjaan .....	43
Tabel 4.5 Distribusi Frekuwensi dan Jawaban .....	44
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi dan Jawaban .....	44
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi dan Jawaban .....	45
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi dan Jawaban .....	46
Tabel 4.9 Uji Validitas .....	47
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 4.11 Uji Multikoloniaritas .....	51
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linear Berganda .....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bengkel Motor Cambayya Project.....	45



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penelitian.....	65
Lampiran 2 Kuesioner.....	66
Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS.....	69
Lampiran 4 Dokumentasi.....	75



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Transportasi merupakan fasilitas yang digunakan untuk berpindah tempat baik barang maupun konsumen dari satu tempat ke suatu tempat yang dituju baik melalui darat, laut maupun udara. Pada era globalisasi ini, banyak dijumpai adanya perkembangan yang pesat pada sejumlah bidang salah satunya adalah perkembangan transportasi di Bantaeng. Berdasarkan Kepala Litbang Perhubungan transportasi merupakan unsur vital dalam kehidupan bangsa dan dalam memupuk kesatuan dan persatuan (Kementrian Perhubungan Republik Indonesia, 2017). Perkembangan kota, lingkungan, dan pergaulan sangatlah mempengaruhi perilaku dan gaya hidup masyarakat dalam menggunakan transportasi.

Semakin banyaknya masyarakat Indonesia membeli motor, menjadikan peluang-peluang usaha baru seperti penyediaan jasa perawatan motor (bengkel motor). Seiring berkembangnya transportasi di Bantaeng banyak dijumpai berbagai model transportasi darat mulai dari transportasi umum hingga milik pribadi. Sepeda motor merupakan kendaraan yang beroda dua yang digerakkan oleh mesin. Dengan banyaknya pengguna kendaraan roda dua kini banyak berdiri bengkel di Kabupaten Bantaeng.

Persaingan usaha bengkel motor di Kabupaten Bantaeng khususnya di Kecamatan Pa'jukukang semakin ketat, mereka bersaing untuk mendapatkan pelanggan demi kelancaran usaha bengkel motor. Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan inti dari usaha bengkel motor,

pelayanan yang prima membuat pelanggan merasa puas atas kinerja bengkel motor.

Semakin dominannya kendaraan motor yang digunakan oleh masyarakat membuat jasa service yang ditawarkan oleh perusahaan semakin banyak, hal ini akan membuat perusahaan mencari cara agar pelanggan tidak memilih perusahaan pesaing. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mempertahankan pelanggan adalah meningkatkan atau memperbaiki kualitas pelayanan perusahaan agar kepuasan pelanggan terus meningkat.

Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan.

Menurut (Tjiptono, 2015) kualitas pelayanan merupakan suatu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan suatu profit strategy untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai

yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan factor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dan didukung dengan strategi penetapan harga yang mampu bersaing (kompetitif) tentunya juga akan mempengaruhi rasa kepercayaan konsumen. Selain kualitas pelayanan, harga merupakan factor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Menurut (Indra, 2017) harga adalah sesuatu yang harus diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bagian pemasaran perusahaan. Menurut Basu (2001) "harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang beserta pelayanannya." Hal ini sejalan dengan pernyataan Rymond Corey (2007:93) "harga ialah estimasi penjual terhadap arti dari para pembeli potensial, serta menyadari opsi lain yang dimiliki pembeli atas pemenuhan kebutuhan dari produk yang bisa memuaskannya.

Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut.

Alasan ekonomis akan menunjukkan bahwa harga yang rendah atau harga yang selalu berkompetisi merupakan salah satu pemicu penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran, tetapi alasan psikologis dapat menunjukkan bahwa harga justru merupakan indikator kualitas dan arena itu dirancang sebagai salah satu instrumen penjualan sekaligus sebagai instrumen kompetisi yang menentukan (Haryanto, 2013).

Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut.

Salah satu faktor penting lainnya adalah penentuan lokasi. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa juga harus pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat perusahaan tersebut melakukan seluruh kegiatannya, karena dengan lokasi yang strategis dan nyaman akan lebih menguntungkan perusahaan. Menurut (Tjiptono, 2015) lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha. Memilih lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha.

Komponen yang menyangkut lokasi meliputi: pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), didaerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung, seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor yang lainnya. Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat

menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola pembelian konsumen.

Bantaeng merupakan salah satu kabupaten yang memiliki jumlah bengkel motor yang cukup berkembang. Salah satu bengkel motor di kabupaten Bantaeng khususnya di kecamatan pa'jukukang adalah Bengkel Cambayya Project, telah memiliki banyak pelanggan yang mempercayakan perawatan semua jenis motor honda di bengkel ini.

Hadirnya Bengkel Motor Cambayya Project memberikan keuntungan bagi konsumen karena ketersediaan pelayanan di setiap tempat merupakan harapan bagi konsumen. Disisi lain kondisi tersebut akan menimbulkan persaingan yang sangat ketat bagi sebuah bengkel motor. Bengkel Cambayya Project dituntut melakukan perubahan dalam hal ketersediaan produk suku cadang motor, ketersediaan sumber daya manusia, harga yang terjangkau, mutu pelayanan maupun biaya pelayanan.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi diatas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dan maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng?

2. Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng?
3. Apakah lokasi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng?
4. Apakah kualitas secara simultan pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dengan masalah yang diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan Pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng.

### C. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan landasan bagi para peenliti lain dalam melakukan penelitian lain yang sejenis dalam rangka meningkatkan wawasan dan pengetahuan.

#### 2. Manfaat Praktis

##### a. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang pemasaran berdasarkan teori yang didapat selama masa perkuliahan.

##### b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan serta pertimbangan bagi pihak- pihak yang berkepentingan dalam dunia usaha. Penelitian ini dapat juga menjadi bahan referensi bagi Bengkel Motor Cambayya Project dalam menyusun strategi yang lebih baik dalam mencapai tujuan perusahaan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Teori**

##### **1. Teori Pemasaran**

Pengertian pemasaran menurut peristilahan, berasal dari kata “pasar” yang artinya tempat terjadinya pertemuan transaksi jual-beli atau tempat bertemunya penjual dan pembeli. Kondisi dinamika masyarakat dan desakan ekonomi, maka dikenal istilah “pemasaran” yang berarti melakukan suatu aktivitas penjualan dan pembelian suatu produk atau jasa, didasari oleh kepentingan atau keinginan untuk membeli dan menjual.

Dasar pengertian ini yang melahirkan teori pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler, sebagai teori pasar. Kotler selanjutnya memberikan batasan bahwa teori pasar memiliki dua dimensi yaitu dimensi sosial dan dimensi ekonomi. Dimensi sosial yaitu terjadinya kegiatan transaksi atas dasar suka sama suka. Dan dimensi ekonomi yaitu terjadinya keuntungan dari kegiatan transaksi yang saling memberikan kepuasan.

Tinjauan ekonomi, istilah pemasaran menurut Saladin merupakan aktivitas penjualan suatu produk atau jasa yang dapat diterima atau dibeli oleh pembeli karena produk atau jasa tersebut bermanfaat bagi pembeli dan menguntungkan bagi penjual. Dikatakan bahwa pemasaran melibatkan dua unsur yang berkenaan, yaitu adanya permintaan (demand) dan penawaran (supply). Dasar ini mengacu pada teori permintaan dan penawaran.



Teori permintaan dan penawaran menurut Douglas dalam Saladin yaitu bahwa permintaan meningkat apabila produksi kurang dan penawaran meningkat apabila produksi banyak atau berlimpah. Dasar inilah yang menjadi acuan terjadinya transaksi dalam kegiatan pemasaran. Dibuktikan dari banyaknya definisi pemasaran menurut para ahli yang berbeda-beda, baik dari segi konseptual maupun dari persepsi atau penafsiran, namun semuanya bergantung dari sudut mana tinjauan pemasaran tersebut, akan tetapi pada akhirnya mempunyai tujuan yang sama.

Umumnya para ahli pemasaran berpendapat bahwa kegiatan pemasaran tidak hanya bertujuan bagaimana menjual barang dan jasa atau memindahkan hak milik dari produsen ke pelanggan akhir, akan tetapi pemasaran merupakan suatu usaha terpadu untuk mengembangkan rencana strategis yang diarahkan pada usaha bagaimana memuaskan kebutuhan dan keinginan pembeli guna mendapatkan penjualan yang dapat menghasilkan keuntungan yang diharapkan.

## **2. Kualitas Pelayanan**

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

Kualitas pelayanan merupakan dasar utama untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik apabila dapat menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan cita-cita pelanggan. Kualitas produk dan kinerja pelayanan yang baik akan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan pelanggan. Dimana diperoleh dengan cara membandingkan suatu jenis pelayanan dengan pelayanan

lain yang homogen. dengan demikian, konsumen dapat mengetahui perbandingan tingkat kualitas pelayanan antara perusahaan A dan B. Kualitas pelayanan dikatakan baik jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, sedangkan jika melebihi apa yang dibutuhkan oleh konsumen maka pelayanan tersebut dapat dikatakan sangat memuaskan. Namun terkadang ada layanan yang tidak sesuai dengan harapan konsumen. Pelayanan ini dikatakan buruk apabila perusahaan merasa tidak mampu memenuhi aspirasi konsumen, baik melalui produk maupun pelayanan perusahaan. Pengertian Kualitas Pelayanan menurut para ahli, Kualitas layanan telah menjadi perhatian para pakar pencarian perusahaan.

Dari sinilah timbul definisi atau pengertian kualitas pelayanan menurut para ahli. di antaranya berarti sebagai berikut:

- 1) Kualitas layanan menurut dosen dari *School of Business, Monash University Malaysia*

Kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan yang datang dengan aspirasi konsumen dan ketepatan cara penyampaian sehingga dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan.

- 2) Kualitas layanan menurut Wyckoff

Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan. Selain itu, juga terkait dengan penggunaan langkah-langkah kontrol tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan konsumen. menurut Wyckoff, kualitas layanan tidak hanya dilihat dari

sudut pandang produsen, tetapi juga dari sudut pandang konsumen yang menggunakan layanan tersebut.

### 3) QoS berdasarkan J Supranto

Menurut J. Supranto, kualitas pelayanan berarti apa yang akan terjadi yang harus dicapai dan diwujudkan dengan bantuan suatu tindakan. di mana tindakan itu tidak berwujud dan mudah hilang, tetapi dapat dirasakan dan diingat.

### 4) Kualitas Layanan Philip Kotler

Menurut ekonom Philip Kotler, kualitas layanan adalah kinerja yang diberikan seseorang kepada orang lain. Layanan ini dapat berupa tindakan immaterial dan tidak memerlukan kepemilikan properti apa pun dan kepada siapa pun.

### 5) Kualitas pelayanan Ratminto dan Atik

*QoS Based Next Experts* dari Ratminto dan Atik. dimana ukuran keberhasilan pelayanan dipengaruhi oleh tingkat kepuasan penerima pelayanan. Tingkat kepuasan penerima layanan tentatif akan tercapai jika penerima menerima jenis layanan yang mereka harapkan (Biro Administrasi Kepegawaian Karir dan Informasi, 2023).

## **b. Tujuan Kualitas Layanan**

Kualitas layanan dapat menjadi sarana untuk memperkuat hubungan internal antara pengusaha dan konsumen. Ketika harapan dan keinginan terpenuhi, konsumen merasa dihargai di tempat kerja. Konsumen merasa bahwa uang yang dikeluarkan sepadan dengan keinginan dan harapannya. Oleh karena itu, penyedia jasa perlu meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dengan berbagai cara.

Seperti memaksimalkan pengalaman pengunjung agar mereka merasa nyaman dan senang ketika diperlakukan dengan baik. Jangan sampai pengunjung merasa sebaliknya. Seperti tidak dihargai dengan pelayanan yang cuek dan tidak ramah.

Cara lain adalah dengan memberikan kemudahan, kecepatan, ketepatan dan kapasitas kepada konsumen. Jika pelayanan sesuai dengan harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dapat dikatakan ideal. Kualitas pelayanan dapat dikatakan rendah apabila apa yang diterima atau dirasakan konsumen tidak sesuai dengan harapan. Kualitas layanan dapat dimaksimalkan dengan berbagai cara. Seperti biasa hormat sopan, ramah dan profesional. Semua pekerja harus memiliki perasaan bersatu untuk menjaga profesionalisme mereka. Meskipun tidak semua konsumen dapat membeli dengan sikap yang baik, namun sebagai pemilik usaha mereka harus menjaga kualitas pelayanan. Dengan demikian, kualitas pelayanan bisa menjadi nilai plus.

Kualitas pelayanan sangat penting untuk dipahami karena berdampak langsung pada citra suatu perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan sangat menguntungkan perusahaan. Jika suatu bisnis telah mendapatkan nilai konsumen yang positif, maka konsumen tersebut akan memberikan umpan balik yang baik dan mungkin akan menjadi pelanggan tetap atau repeat buyer. Tentunya hal ini akan berdampak besar bagi kubu perusahaan (Nanda, 2021).

### c. Dimensi – Dimensi Kualitas Pelayanan

#### 1) Bukti material (nyata).

Bukti fisik merupakan pelayanan yang dapat dilihat, dirasakan dan diraba, sehingga aspek tangible menjadi penting sebagai ukuran pelayanan. Bukti fisik suatu usaha dengan menunjukkan keberadaannya kepada pihak ketiga. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik Perseroan serta kondisi lingkungan sekitar merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh Penyedia Jasa yang meliputi fasilitas fisik, peralatan, pegawai dan sarana komunikasi. Voucher yang nyata akan mempengaruhi persepsi pelanggan.

#### 2) Keandalan

Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk melakukan layanan seperti yang dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan pelanggan akan menurun jika pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Dengan demikian komponen atau unsur dimensi keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan dengan benar dan membebaskan biaya dengan benar.

#### 3) Reaktivitas

Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan secara langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Termasuk jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyediaan Layanan, Penyedia Layanan upaya untuk memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat dalam menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Dengan demikian, komponen atau elemen dari dimensi ini terdiri dari kesigapan pegawai untuk melayani pelanggan, ketepatan waktu pegawai dalam melayani pelanggan, dan menangani keluhan pelanggan.

#### 4) Menjamin

Ini adalah pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan konsumen dalam konsumsi layanan yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena berimplikasi pada persepsi konsumen tentang tingginya risiko ketidakpastian tentang kapasitas penyedia layanan. Perusahaan membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung dalam hubungan konsumen. Dengan demikian komponen dimensi ini terdiri dari kompetensi pegawai yang meliputi keterampilan, pengetahuan yang dimiliki pegawai untuk memberikan pelayanan dan kredibilitas usaha yang meliputi hal-hal yang berkaitan dengan kepercayaan konsumen terhadap usaha seperti reputasi perusahaan, prestasi dan sejenisnya.

#### 5) Empati

Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan secara langsung oleh karyawan untuk memperhatikan individu konsumen, termasuk kepekaan atau kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, komponen dimensi ini merupakan kombinasi dari akses, yaitu kemudahan penggunaan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan (Sugiyanto & Kurniasari, 2020)

#### **d. Harga**

##### **1) Pengertian Harga**

Menurut Tjiptono (2015) Istilah harga dapat diartikan sebagai suatu jumlah mata uang (unit moneter) dan/atau aspek lainnya (TIDAK keuangan) Siapa berisi Tert kegunaan/kegunaan itulah yang diperlukan untuk mendapatkan layanan. Kegunaan merupakan atribut atau faktor potensial memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu (Utami et al., 2021)

Definisi harga adalah nilai uang yang ditransaksikan oleh konsumen kepada penjual untuk pembelian barang atau jasa. Akhir kata lain, harga adalah nilai barang atau jasa yang telah diberikan oleh penjual. Definisi lain juga menyebutkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada konsumen untuk memperoleh manfaat ketika membeli suatu produk, baik barang maupun jasa dari produsen. Dalam pemasaran, harga adalah yang paling penting dalam pembelian dan penjualan mobil, itu adalah nilai tukar dari suatu produk atau jasa yang terdapat dalam satuan moneter. Selain itu, harga merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya.

## 2) Fungsi Harga

Harga adalah kompensasi yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh produk berupa barang atau jasa. Apalagi fungsi harga cukup beragam, beberapa di antaranya adalah:

### a) Fungsi Intensif Harga

Ketika harga komoditas meningkat, permintaan umumnya meningkat. Hal ini memungkinkan vendor untuk mengikuti perubahan tren minat pelanggan di pasar. Akibatnya, mereka akan lebih memilih untuk membuat penawaran tertentu karena mereka lebih cenderung menghasilkan lebih banyak keuntungan.

### b) Fungsi Alokasi Harga

Harga memiliki kemampuan untuk mendistribusikan kembali sumber daya yang langka dengan harga tinggi. Hal ini menyebabkan produk dari sumber daya tersebut hanya dibeli oleh konsumen yang menunjukkan keinginan dan kemampuannya. Misalnya, berlian yang merupakan barang mewah hanya bisa dibeli oleh konsumen dengan sumber daya keuangan yang tinggi.

### c) Fungsi Transmisi Harga

Fungsi harga merupakan salah satu informasi yang harus disampaikan kepada semua pihak yang terlibat, baik di pasar maupun di tempat lain secara bergantian. Hal ini memungkinkan produsen dan pelanggan untuk mengambil keputusan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Misalnya

penawaran dengan kualitas yang lebih mahal akan berbeda dengan penawaran yang menggunakan bahan baku murah. Oleh karena itu, pelanggan akan mendapatkan informasi ini dari perbedaan harga yang drastis dari penawaran serupa. Harga ini dapat membantu proses pemasaran menentukan jenis permintaan berdasarkan penawaran di suatu pasar. Hal ini akan mempengaruhi keputusan yang diambil oleh produsen untuk menentukan apakah barang yang diproduksi atau ditawarkan dapat membantu mereka memperoleh keuntungan lebih.

d) Fungsi Sinyal Harga

Kutipan seringkali bervariasi tergantung pada volume permintaan dan penawaran pasar. Jika permintaan tinggi, tetapi penawaran rendah, pasar akan cenderung mengalami kenaikan harga. Misalnya, emas adalah sumber daya langka yang harganya naik setiap tahun karena permintaan terus meningkat. Dengan demikian, jika pasar kelebihan produk tertentu karena permintaan lebih rendah dan penawarannya tinggi, maka harga akan cenderung turun. Hal ini dapat memicu penghapusan kelebihan produk dari pasar.

e) Tujuan Penetapan Harga

Bagi produsen atau penjual, harga merupakan satu kesatuan yang harus ditentukan secara tepat karena akan berdampak pada besarnya keuntungan dan loyalitas konsumen.

Berdasarkan penetapan harga, dapat dikatakan bahwa tujuan penetapan harga adalah:

1) Meningkatkan pendapatan

Pertama, tujuan penetapan harga adalah untuk memaksimalkan keuntungan dari penjualan. Semakin tinggi harga yang ditetapkan, semakin besar potensi keuntungannya. Namun, strategi penetapan harga diperlukan dengan mempertimbangkan daya beli konsumen dan faktor lainnya.

2) Mempertahankan daya saing

Bisnis biasanya selalu berusaha mempertahankan persaingan dengan market leader atau kompetitor. Salah satu caranya adalah dengan menetapkan harga yang tepat. Misalnya dengan menawarkan harga yang sedikit lebih murah atau setara, namun dengan memberikan layanan tambahan.

3) Dapatkan pangsa pasar

Target harga terkait erat dengan target penjualan barang dan jasa. Beberapa perusahaan menetapkan harga yang terjangkau dengan kualitas produk yang baik untuk mendapatkan pangsa pasar atau market share yang lebih besar. Konsumen pada umumnya lebih menyukai produk yang murah dan berkualitas baik. Namun sebagai produsen tentunya harus memperhitungkan keuntungan dari penjualan.

4) Menjaga loyalitas pelanggan

Harga ditentukan berdasarkan berbagai pertimbangan, salah satunya untuk mempertahankan konsumen agar tetap

membeli produk dari penjual. Selain mendapatkan pangsa pasar, perusahaan juga perlu membangun loyalitas konsumen dengan menetapkan harga yang kompetitif.

#### **f) Dimensi Ciri Harga**

Adapun yang menjadi dimensi ciri harga adalah sebagai berikut:

##### **1) Keterjangkauan Harga**

Konsumen dapat mencapai harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Suatu produk biasanya memiliki beberapa jenis dalam satu merek dan harganya juga berbeda-beda dari yang paling murah sampai yang paling mahal. Dengan harga tetap, banyak konsumen yang membeli produk.

##### **2) Harga Berdasarkan Kapasitas Atau Daya Saing Harga.**

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini, tinggi rendahnya harga suatu produk sangat diperhatikan oleh konsumen saat membeli produk tersebut.

##### **3) Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk**

Harga sering dijadikan indikator kualitas bagi konsumen, orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena melihat perbedaan kualitas. Jika harga lebih tinggi, orang cenderung berasumsi bahwa kualitasnya juga lebih baik.

#### 4) Kesesuaian Harga dengan Layanan

Konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan apa yang dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasa manfaat produk lebih sedikit dari uang yang dikeluarkan, konsumen akan menganggap produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali sebelum mengulangi pembeliannya.

#### e. Lokasi

Suatu lokasi dikatakan strategis jika berada pada pusat kota, kepadatan penduduk, kenyamanan untuk tiba di keprihatinan angkutan umum, arus lalu lintas dan arahnya tidak konsumen yang luar biasa. berjalan dengan menjamurnya perusahaan atau bisnis yang ada menawarkan produk atau jasa serupa, perbedaannya sangat tipis namun pada lokasi dapat berdampak besar pada saham pasar dan profitabilitas perusahaan. Apalagi keputusan pembelian lokasi juga mencerminkan komitmen jangka panjang lama, perusahaan dalam hal keuangan, karena meru kadang kadang terletak buruk sulit dilakukan dan sangat mahal

#### f. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan yang ditinjau dari sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan. Kepuasan adalah

tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumennya

Variabel kepuasan pelanggan meliputi:

- a. Puas dengan produk
- b. Puas dengan pilihan produk
- c. Merekomendasikan produk kepada orang lain
- d. Memiliki keinginan untuk tidak beralih ke produk lain
- e. Melakukan pembelian ulang

## B. Tinjauan Empiris

Penelitian ini berlandaskan pada beberapa penelitian terdahulu di beberapa peneliti. Penelitian terdahulu merupakan upaya peneliti dalam menemukan referensi-referensi yang dapat dijadikan perbandingan masalah yang akan diteliti. Berikut merupakan tabel penelitian terdahulu yang digunakan peneliti sebagai referensi untuk melakukan penelitian ini, yaitu:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel (Kuantitatif)	Alat Analisis	Hasil Penelitian

1	Rosidah et al (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Lesehan D'dadoz (Studi Kasus pada Pelanggan Lesehan D'dadoz Kota Blitar)	X: Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Y: Kepuasan Konsumen	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2	Latief et al (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	X1 : <i>Kualitas Pelayanan</i> Y : <i>Kepuasan Pelanggan</i>	Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian ini secara parsial maupun secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik ( <i>tangibles</i> ), kehandalan ( <i>reability</i> ), ketanggapan ( <i>responsiveness</i> ), jaminan ( <i>assurance</i> ), dan empati ( <i>emphaty</i> ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome PT. Telkom Makassar.
3	Benjamin et al (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mariat Hotel di Kota	X: <i>Kualitas Pelayanan</i> Y: <i>Kepuasan Pelanggan</i>	Analisis Regresi Linier Sederhana	Hasil uji t, dimana t hitung $7.157 >$ dari t tabel $1.6939$ maka dapat dikatakan bahwa

		Sorong			variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan
4	Saputri & Jakfar (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Sucofindo Bagian SBU Mineral	X: Kualitas Pelayanan Y: Kepuasan Pelanggan	Analisis Regresi Linear Sederhana	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh PT SUCOFINDO Bagian SBU Mineral.
5	Anggraini (2018)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Majo Pajo Palembang	X1: Kualitas Produk X2: Kualitas Pelayanan Y: Kepuasan Konsumen	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian ini adalah untuk uji parsial, nilai t hitung Kualitas Produk adalah 16.201 dengan signifikan 0.00 dan nilai t hitung Kualitas Pelayanan adalah 2.220 dengan signifikan 0,023 Untuk uji simultan, nilai F hitung adalah >F tabel 501.532 dengan signifikansi 0,000 < 0,05. Nilai Adjusted R Square adalah 0,732, artinya variabel kualitas

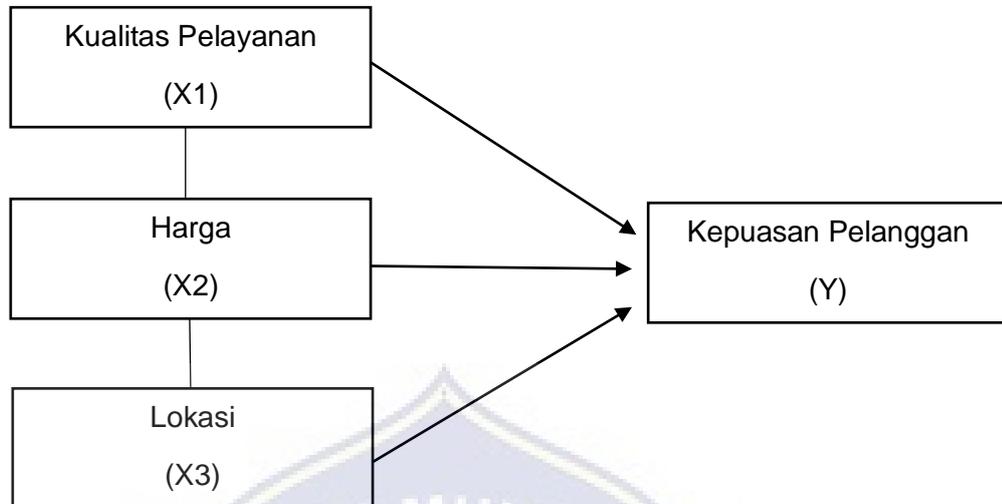
					produk dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan atau mempengaruhi variabel kepuasan konsumen sebesar 73.2%
6	Ida Romayana Tumanggor, Elisa Theresya Ginting, R.B Napitupulu, Sabar L.T Simatupang		X : Kualitas Pelayanan Y: Kepuasan Pelanggan	Analisis Regresi Linier Sederhana	Hasil uji Regresi Linier Sederhana $Y=2,737+0,870 X$ . Dari persamaan tersebut bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Zac Urban Kota Medan, dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ $16,624 > 1,984$ dan signifikan $0,000 < 0,05$ . Hasil Uji R Square diperoleh sebesar 87,4% yang artinya Kualitas Pelayanan memiliki

					hubungan sangat kuat terhadap Kepuasan Pelanggan
7	Damongilala et al (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Grace Mart Tombatu	X: <i>Kualitas Pelayanan</i> Y: <i>Kepuasan Konsumen</i>	Analisis Regresi Linier Sederhana	Melalui hasil analisis data yang dilakukan peneliti didapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 58,1% terhadap kepuasan konsumen. Dengan ini dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menjamin kepuasan konsumen, sehingga didapat dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Grace Mart Tombatu.
8	Raysharie et al (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Telkomsel di Kota Palangka Raya	X : <i>Kualitas Pelayanan</i> Y: <i>Kepuasan Pelanggan</i>	Analisis Regresi Linear Sederhana	Hasil persamaan $Y = 15,706 + 0,8041X$ diturunkan dari analisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pelayanan yang

					diberikan memiliki pengaruh langsung dan substansial terhadap tingkat kepuasan yang dialami pelanggan.
9	Nurwana et al (2023)	Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Angkringan Pule	X1: Kualitas Produk X2 : Kualitas Pelayanan Y: Kepuasan Konsumen	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan.
10	Tambajong et al (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen J&T Express Bahu	X : Kualitas Pelayanan Y: Kepuasan Konsumen	Analisis Regresi Sederhana	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Variabel Kepuasan konsumen

### C. Kerangka Pikir

Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa seorang peneliti harus memahami teori ilmiah sebagai dasar penyusunan kerangka kerja konseptual atau kerangka pemikiran yang menghasilkan hipotesis. Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun sebuah kerangka kerja penelitian sebagai berikut:



**Gambar. 2.1 Kerangka Pikir**

#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pernyataan atau dugaan sementara yang terdapat pada sebuah rumusan masalah dalam penelitian berdasarkan teori yang benar dan belum berdasarkan fakta empiris yang diperoleh dengan mengumpulkan sebuah data (Sugiyono, 2017)

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H<sub>1</sub>: Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng.
- H<sub>2</sub>: Diduga Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng.
- H<sub>3</sub>: Diduga Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pa'jukukang

H<sub>4</sub>: Diduga Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang didasarkan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, yang berfokus pada variabel-variabel serta hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya menggunakan instrumen penelitian serta teknik analisis data yang digunakan bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

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

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

Tempat penelitian yang dilakukan yaitu Pada Bengkel Motor Cambayya Project di Tanetea Desa Nipa-nipa Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng.

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

Waktu penelitian ini dilaksanakan dalam jangka waktu kurang lebih selama dua bulan sejak tanggal dikeluarkannya izin penelitian, meliputi persiapan dan pelaksanaan yaitu selama bulan Juli sampai Agustus 2023.

## C. Jenis dan Sumber Data

### 1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Berikut penjelasannya:

#### a. Data Kuantitatif

Data kuantitatif yaitu data berupa angka, seperti hasil kuesioner berupa tabel frekuensi yang berisi nilai, angka, dan huruf untuk memberikan wawasan penerapan pelatihan terhadap kinerja karyawan.

#### b. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dengan cara langsung dan pada umumnya data kualitatif berbentuk informasi ataupun hanya keterangan. Data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah gambaran umum Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng.

### 2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Berikut penjelasannya:

#### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui sistem kuesioner serta pihak yang terkait dengan penelitian ini.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dengan meneliti dokumen dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini.

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah subjek yang diamati selama penelitian, menurut (Sugiyono, 2017), populasi adalah bidang generalisasi yang terdiri dari: objek/subjek yang memiliki sifat dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti, kemudian ditarik kesimpulan populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pelanggan pada bengkel motor cambayya project dalam 3 bulan terakhir yaitu sebanyak 114 pelanggan.

### 2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2017) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada, sehingga dibentuk perwakilan populasi. Jadi, jumlah sampel yang dipilih dari populasi sebanyak 53 responden. Untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

$$n = \frac{114}{1 + 114 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{114}{1 + 114 (0,01)}$$

$$n = \frac{114}{1 + 1,14}$$

$$n = \frac{114}{2,14}$$

$$n = 53,27$$

$$n = 53$$

Jumlah sampel adalah 53 orang

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir;  $e = 0,1$

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan untuk keperluan penelitian ini adalah:

- 1) Data menurut sumbernya, yaitu data internal.

Data yang dimaksud adalah data yang bersumber dari internal pelanggan Bengkel Cambayya Project. Menurut (Sugiyono, 2017) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

- 2) Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Metode wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara bertanya secara langsung ataupun secara lisan kepada subjek penelitian (Supomo, 1999). Dalam penelitian ini, metode wawancara dilakukan dengan pemilik dari bengkel motor cambayya project.

2. Metode observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan datanya dilakukan secara langsung dan tidak hanya mengukur sikap tapi juga

merekam sebagai fenomena secara langsung seperti situasi dan kondisi dalam suatu objek yang sedang diteliti (Riduwan,2004). Dan dalam penelitian ini, metode observasinya adalah bengkel motor cambayya project.

### 3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan cara, segala catatan atau arsip yang didapat dari objek yang sedang diteliti (Sugiono, 2005). Penelitian pada Bengkel Harmoni Kudus dengan medokumentasi proses servis motor dan wawancara pelanggan pada bengkel motor cambayya project.

## F. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, peneliti mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Bengkel Cambayya Project, yaitu:

**Tabel 3.1**

**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Nama Variabel	Definisi	Indikator
X1	Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan merupakan suatu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bukti fisik</li> <li>- Reliabilitas</li> <li>- Daya tanggap</li> <li>- Jaminan</li> <li>- Empati</li> </ul> <p>Kotler dan Keller, 2016</p>
X2	Harga	Harga adalah estimasi penjual terhadap arti dari para pembeli potensial, serta menyadari opsi lain yang dimiliki	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keterjangkauan harga</li> <li>- Kesesuaian harga dengan kualitas</li> <li>- Daya saing harga</li> </ul>

		pembeli atas pemenuhan kebutuhan dari produk yang bisa memuaskannya.	- Kesesuaian harga dengan manfaat Kotler dalam Krisdayanto, 2018
X3	Lokasi	Lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha	- Akses - Visibilitas - Lalu lintas - Tempat parkir - Ekspansi - Lingkungan - Persaingan - Peraturan pemerintah Tjiptono, 2015
Y	Kepuasan Pelanggan	Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya	- Kesesuaian harapan - Minat berkunjung kembali Tjiptono dalam Indrasari, 2019

Sumber: Google Scholar

#### F. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan adalah metode Analisis Kualitatif, menurut (Firman, 2015) mengemukakan bahwa analisis kualitatif adalah analisis yang tidak menggunakan model matematis, model statistik dan ekonometrik atau beberapa model lainnya. Analisis data terbatas pada metode pengolahan data seperti meninjau data dan tabel, grafik atau gambar yang tersedia, kemudian membuat deskripsi dan interpretasi.

Untuk membuktikan hipotesis yang diajukan pada penelitian ini digunakan metode analisis, yaitu:

- 1) Analisis Statistik Deskriptif merupakan analisis data yang mendeskripsikan data penelitian sesuai kenyataannya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Ernawan & Daniel, 2020). Uji statistik deskriptif akan menggambarkan nilai maksimum, minimum, average dan standar deviasi dari setiap variabel penelitian.
- 2) Analisis Statistik Inferensial adalah analisis korelasi sederhana dari multipel dan regresi sederhana dari multipel. Perhitungan statistik terhadap analisis korelasi dan regresi dilakukan dengan bantuan komputer metode SPSS.
- 3) Uji Asumsi Klasik diperlukan sebelum melakukan analisis regresi yang dimoderasi. Uji ini dilakukan untuk memastikan bahwa suatu model regresi tidak memiliki masalah atau layak dari segi normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas serta autokorelasi. Jika model regresi dinyatakan layak maka model analitik dapat digunakan. Metode uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi:

Analisis Regresi Berganda Analisis berganda (*multiple regression analysis*) digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1), harga (X2), lokasi (X3), persamaan model analisis regresi berganda dalam penelitian ini dapat dirumuskan:

$$\text{Dimana: } Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Y : Kepuasan Pelayanan

X<sub>1</sub> : Kualitas Pelayanan

X<sub>2</sub> : Harga

X<sub>3</sub> : Lokasi

$b_0$  : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  : Koefisien regresi variabel independent

$e$  : Standar error / variabel pengganggu

### G. Uji Hipotesis

Berdasarkan hipotesis yang telah dipaparkan sebelumnya, maka uji hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

a. Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Determinan yang digunakan untuk mengetahui berapa banyak variabel independen yang mempengaruhi perilaku terkait. Dengan kata lain, koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen yang diteliti ( $X_1, X_2, X_3$ ) yaitu variabel kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) yang merupakan variabel terikat. Koefisien determinan ( $R^2$ ) berkisar antara nol sampai dengan satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Hal ini berarti  $R^2 = 0$  menunjukkan tidak adanya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Uji Simultan (Uji  $f$ )

Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara bersama-sama dengan  $\alpha = 0,05$  dan juga penerimaan atau penolakan hipotesa.

Langkah-langkah Uji Hipotesis untuk Koefisien Regresi adalah: Perumusan Hipotesis Nilai ( $H_0$ ) dan Hipotesis Alternatif ( $H_1$ )

- a)  $H_0 : \beta_1 = 0$  Tidak ada pengaruh masing-masing variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ).

b)  $H_a : \beta_o > 0$  Ada pengaruh masing-masing variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ).

c. Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen saja yang menjelaskan variasi dalam variabel independen. Dengan ketentuan jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel dan nilai signifikan  $<$   $0,05$  ( $\alpha : 5\%$ ), maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Mengadakan pengujian bahwa hipotesa yang diajukan diterima atau ditolak maka digunakan rumus  $t$  hitung sebagai berikut:

Dimana: 
$$t = \frac{\beta}{S_{\beta}}$$

$t$  :  $t_{hitung}$

$\beta$  : Koefisien regresi

$S_{\beta}$  : Standar error dari variabel independen

Jika:

$t_{hitung} <$   $t$  tabel, maka  $H_o$  ditolak

$t_{hitung} >$   $t$  tabel, maka  $H_o$  diterima

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Profil Singkat**

Usaha bengkel cambayya project merupakan usaha yang bergerak dalam bidang jasa perbaikan dan perawatan kendaraan motor. Usaha perbengkelan dimulai sejak tahun 1998 Di daerah pa'jukukang jalan Tanetea poros bantaeng-bulukumba, Bantaeng. Usaha jasa perbengkelan ini awal mulanya dari usaha kecil-kecilan milik bapak Dandy Tabrani yang berprofesi sebagai kewirausahaan. Beliau berkeinginan untuk mencari usaha sampingan sebagai penambah penghasilan mereka. Dengan di awali usaha kecil-kecilan dan menghandalkan peralatan yang seadanya, pada saat itu tenaga-tenaga kerja yang membantu dalam kegiatan usaha jasa bengkel ini adalah bapak Dandy Tabrani 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 cambayya motor menjadi usaha yang banyak didatangi oleh kalangan anak muda yang ingin memperbaiki motornya.

Pada awal mula langkah mereka Bapak Dandy Tabrani mendapat ide untuk membuka jasa perbengkelan di daerah pa'jukukang 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 kota bantaeng sehingga banyak pengendara yang melewati daerah tersebut apabila bepergian ke Makassar

karena menghubungkan jalan poros antar kabupaten (kata bapak Dandy Tabrani). Maka dari itu bapak beliau mendapat ide untuk membuka usaha bengkel tersebut di depan rumahnya. Untuk memberikan bengkel cambayya project kesempatan dalam menggunakan usaha jasa perbaikan dan perawatan kendaraan, bengkel motor cambayya project harus memberikan pelayanan terbaik dan kepuasan kepada konsumen agar konsumen tidak kecewa dan bisa berlangganan di bengkel motor cambayya project.

## **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 berkompeten 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 motor cambayya project 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

str  
uk  
tur  
or  
ga  
ni  
sa  
si  
be



ngkel motor cambayya project dapat kita lihat dibawah ini

### **Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bengkel Motor Cambayya Project Tahun 2023**

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 sparepart bengkel lengkap.

b) Kasir

1. Melakukan transaksi langsung
2. Menerima penitipan barang
3. Persiapan retur barang
4. Mencatat penjualan barang

c) 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. Hasil Penelitian**

### **1. Deskripsi Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah semua pelanggan bengkel motor cambayya project. Jumlah konsumen yang dipilih sebagai responden sebanyak 53 orang dengan identitas sebagai berikut: jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan.

a) Jenis Kelamin

Untuk mengetahui perbandingan antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan, dapat dilihat pada tabel 4.1 dibawah ini :

**Tabel 4.1**  
**Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	27	50,9%
Perempuan	26	49,1%
Jumlah	53	100%

Sumber : Data primer diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa jumlah responden sebanyak 153 orang terdiri dari 50,9% adalah laki-laki dan 49,1% adalah perempuan. Hal tersebut dikarenakan bahwa kaum laki-laki lebih tertarik dan lebih memahami mengenai masalah otomotif dibandingkan kaum perempuan.

b) Usia Responden

Usia sangat berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari sehingga perbedaan usia berpengaruh juga terhadap kesetujuan pelanggan. Berikut ini pada tabel 4.2 akan ditampilkan kelompok usia responden.

**Tabel 4.2**  
**Distribusi Responden Menurut Usia**

Usia	Frekuensi	Presentase
17-20	3	5,7%
21-30	48	90,6%
31-40	2	3,8%
Jumlah	53	100%

Sumber : Data primer diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa umur responden sangat variatif. Responden dengan usia 21-30 tahun menempati prosentase tertinggi yaitu sebesar 90,6%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sebagian besar masih anak muda yang dimana pada usia tersebut mayoritas anak muda tertarik dengan dunia otomotif.

c) Pendidikan Responden

Penggolongan responden menurut tingkat pendidikannya dikelompokkan dalam tabel 4.3 berikut ini :

**Tabel 4.3**

**Distribusi Responden Menurut Pendidikan**

Pendidikan	Frekuensi	Presentase
SMA	27	50,9%
D3	3	5,7%
S1	22	41,5%
S2	1	1,9%
Jumlah	53	100%

Sumber : Data primer diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.3. tersebut dapat dilihat bahwa prosentase responden dengan tingkat pendidikan paling besar adalah responden yang berpendidikan SMA yaitu sebesar 50,9%, diikuti responden yang berpendidikan S1 yaitu 41,5% dan prosentase terkecil adalah

responden yang berpendidikan S2, yaitu sebesar 1,9%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari pelanggan bengkel motor cambayya project masih berpendidikan rendah.

d) Pekerjaan Responden

Masing-masing responden memiliki jenis pekerjaan yang berbeda. Untuk memudahkan pembedaan jenis pekerjaan responden maka dapat dilihat dalam tabel 4.4 sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Distribusi Responden Menurut Pekerjaan**

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Mahasiswa	38	71,7%
Guru/Dosen	3	5,7%
ASN	1	1,9%
Lainnya	11	20,8%
Jumlah	53	100%

Sumber : Data primer diolah 2023

Berdasarkan tabel tersebut diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar dari responden adalah bekerja sebagai mahasiswa, yaitu sebesar 71,7%, diikuti lainnya sebesar 20,8%, Guru/dosen sebesar 5,7% dan diikuti ASN sebesar 1,9%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan dari bengkel motor cambayya project masih berstatus mahasiswa.

## 2. Deskripsi Variabel Penelitian

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

a) Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Adapun distribusi jawaban responden dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut:

**Tabel 4.5**  
**Distribusi Frekuensi dan Jawaban**

Item	Skor Jawaban Responden										Mean (Rata-rata)
	1 (STS)		2 (TS)		3 (KS)		4 (S)		5 (SS)		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	0	0	1	1,9	1	1,9	39	73,6	12	22,6	4,17
X1.2	0	0	1	1,9	1	1,9	35	66	16	30,2	4,23
X1.3	0	0	1	1,9	1	1,9	31	58,5	20	37,7	4,30
X1.4	1	1,9	0	0	0	0	29	54,7	23	43,4	4,38
X1.5	1	1,9	2	3,8	0	0	31	58,5	19	35,8	4,26
X1.6	1	1,9	0	0	1	1,9	24	45,3	27	50,9	4,43
Nilai Rata-rata Variabel Kualitas Pelayanan (X1)											4,29

Sumber : Data primer diolah 2023

b) Harga (X2)

Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan. Adapun distribusi jawaban responden dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut:

**Tabel 4.6**  
**Distribusi Frekuensi dan Jawaban**

Item	Skor Jawaban Responden										Mean (Rata-rata)
	1 (STS)		2 (TS)		3 (KS)		4 (S)		5 (SS)		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X2.1	1	1,9	1	1,9	1	1,9	39	73,6	11	20,8	4,09
X2.2	1	1,9	1	1,9	0	0	36	67,9	15	28,3	4,19
X2.3	2	3,8	0	0	3	5,7	38	71,7	10	18,9	4,02
X2.4	1	1,9	1	1,9	2	3,8	33	62,3	16	30,2	4,17
X2.5	2	3,8	0	0	0	0	38	71,7	13	24,5	4,13
Nilai Rata-rata Variabel Harga (X2)											4,12

Sumber : Data primer diolah 2023

c) Lokasi (X3)

lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Adapun distribusi jawaban responden dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7

Distribusi Frekuensi dan Jawaban

Item	Skor Jawaban Responden										Mean (Rata-rata)
	1 (STS)		2 (TS)		3 (KS)		4 (S)		5 (SS)		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X3.1	1	1,9	1	1,9	0	0	17	32,1	34	64,2	4,55
X3.2	1	1,9	1	1,9	1	1,9	16	30,2	34	64,2	4,53
X3.3	1	1,9	1	1,9	5	9,4	22	41,5	24	45,3	4,26
X3.4	1	1,9	1	1,9	7	13,2	17	32,1	27	50,9	4,28
Nilai Rata-rata Variabel Lokasi (X3)											4,40

Sumber : Data primer diolah 2023

d) Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Adapun distribusi jawaban responden dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut:

**Tabel 4.8**

**Distribusi Frekuensi dan Jawaban**

Item	Skor Jawaban Responden										Mean (Rata-rata)
	1 (STS)		2 (TS)		3 (KS)		4 (S)		5 (SS)		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y.1	1	1,9	1	1,9	0	0	21	39,6	30	56,6	4,49
Y.2	1	1,9	4	7,5	0	0	23	43,4	25	47,2	4,34
Y.3	1	1,9	1	1,9	4	7,5	27	50,9	20	37,7	4,21
Y.4	1	1,9	1	1,9	2	3,8	24	45,3	25	47,2	4,34
Y.5	1	1,9	0	0	3	5,7	24	45,3	25	47,2	4,36
Nilai Rata-rata Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)											4,34

Sumber : Data primer diolah 2023

### 3. Hasil Olah Data

#### 1. Uji Kualitas Data

##### 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 53 responden yang telah mengisi kuesioner. Berdasarkan jumlah responden, diketahui bahwa r-tabel untuk uji validitas sebesar (0,273). Hasil pengujian diperoleh bahwa semua pernyataan dapat dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari pada r tabel.

**Tabel 4.9**  
**Uji Validitas**

Variabel	Item	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,742	0,273	Valid
	X1.2	0,862	0,273	Valid
	X1.3	0,885	0,273	Valid
	X1.4	0,873	0,273	Valid
	X1.5	0,854	0,273	Valid
	X1.6	0,859	0,273	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,917	0,273	Valid
	X2.2	0,880	0,273	Valid
	X2.3	0,874	0,273	Valid
	X2.4	0,776	0,273	Valid
	X2.5	0,932	0,273	Valid
Lokasi (X3)	X3.1	0,871	0,273	Valid
	X3.2	0,898	0,273	Valid
	X3.3	0,903	0,273	Valid
	X3.4	0,850	0,273	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,810	0,273	Valid
	Y.2	0,908	0,273	Valid
	Y.3	0,864	0,273	Valid
	Y.4	0,874	0,273	Valid
	Y.5	0,875	0,273	Valid

Sumber : Data primer diolah 2023

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 Reliabilitas

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**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbah Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,921	Reliabel
Harga (X2)	0,950	Reliabel
Lokasi (X3)	0,904	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,917	Reliabel

Sumber : Data primer diolah 2023

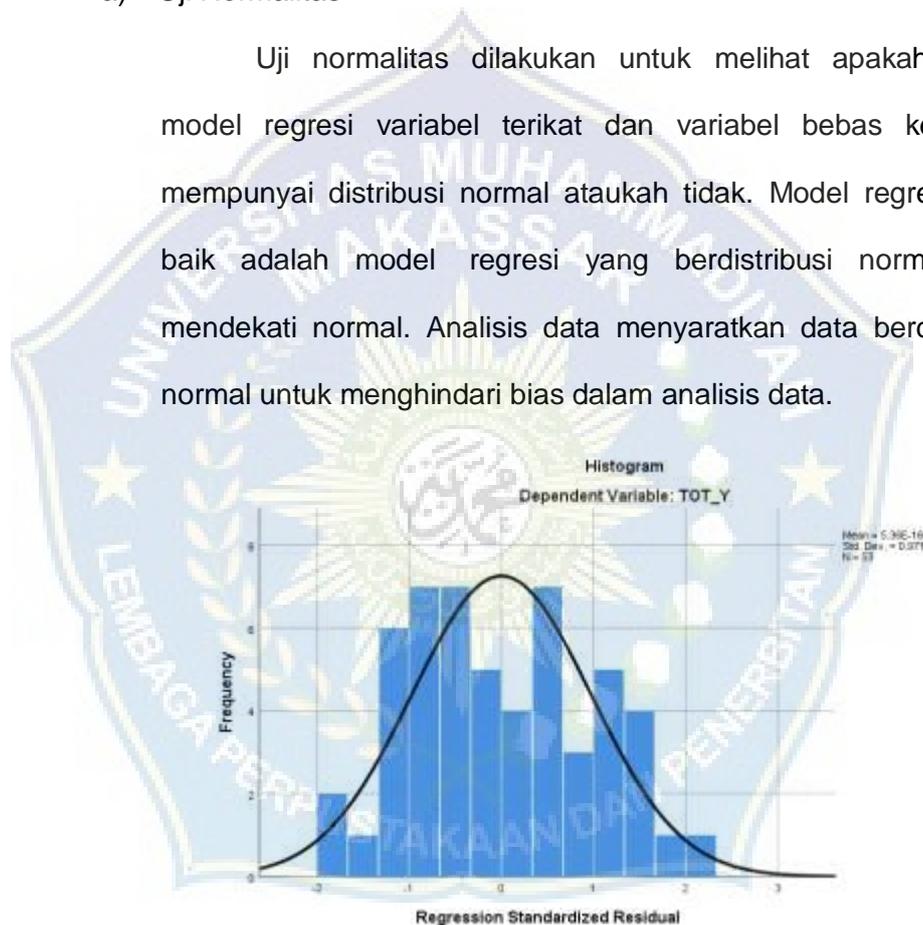
Berdasarkan tabel 4. 10 diatas, menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan kuesioner memiliki koefisien *Cronbach Alpha* diatas 0,60 sehingga dapat dinyatakan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini sudah reliable atau handal.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolonieritas.

### a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Analisis data menyatakan data berdistribusi normal untuk menghindari bias dalam analisis data.

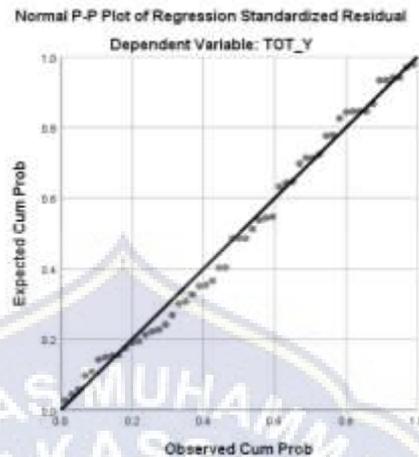


Sumber: Data primer diolah 2023

**Gambar 4.2 Histogram**

Berdasarkan uji Grafik Histogram didapatkan bahwa frekuensi Residual paling banyak mengumpul pada nilai 0 atau nilai penyebaran data sudah sesuai dengan kurva normal

sehingga dikatakan bahwa residual sudah menyebar secara distribusi normal.



Sumber: Data primer diolah 2023

**Gambar 4.3 Uji P-Plot**

Berdasarkan uji P-P Plot didapatkan bahwa titik–titik data sudah menyebar mengikuti garis diagonal, sehingga dikatakan bahwa residual sudah menyebar secara distribusi normal.

b) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variasi variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Pada heteroskedastisitas kesalahan yang terjadi tidak secara acak tetapi menunjukkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

c) Uji Multikoloniaritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang besar antara variabel bebas dalam model regresi linear berganda. Jika terdapat korelasi yang besar antara variabel bebas, maka kaitan antara variabel bebas dan variabel terikat akan terganggu. Identifikasi statistik yang bebas digunakan untuk menguji kendala multikolinearitas adalah *variance inflator factor* (VIF) dan nilai tolerance. Tabel dibawah ini menunjukkan uji multikolinearitas.

**Tabel 4.11**  
**Uji Multikoloniaritas**

Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan	.452	2.210	Bebas Multikolinearitas
Harga	.355	2.814	Bebas Multikolinearitas
Lokasi	.509	1.964	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Data primer diolah 2023

Dari tabel 4.11, untuk semua variabel diperoleh nilai tolerance diatas 0,10 dan nilai VIF dibawah 10,0. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel 4.12

## Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel Independen	Variabel Dependen	B	Std. Error	Beta	t	Sig	Ket
Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan	.285	.133	.289	2.147	.037	.285
Harga	Kepuasan Pelanggan	.322	.153	.320	2.107	.040	.322
Lokasi	Kepuasan Pelanggan	.303	.146	.264	2.074	.043	.303
R Square : .597							
F=24.218		Sig= 0.000					

Sumber : Data primer diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

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

$$Y = 2,412 + 0,285X_1 + 0,322X_2 + 0,303 + 5\%$$

- 1) Nilai konstanta a = 2.412 artinya jika variabel kualitas pelayanan, harga, dan lokasi tidak dimasukkan dalam penelitian maka kepuasan pelanggan di bengkel motor cambayya masih meningkat 2.412%.
- 2) Nilai koefisien b1 = 0.285 artinya jika variabel kualitas pelayanan ditingkatkan lebih baik lagi maka kepuasan pelanggan di bengkel motor cambayya akan meningkat sebesar 0.285% dengan ansumsi variabel independent yang lain konstan.

- 3) Nilai koefisien  $b_2 = 0.322$  artinya jika variabel harga ditingkatkan 1% lebih baik lagi maka kepuasan pelanggan di bengkel motor cambayya akan meningkat sebesar 0.322% dengan asumsi variabel independent yang lain konstan.
- 4) Nilai koefisien  $b_3 = 0.303$  artinya jika variabel lokasi ditingkatkan 1% lebih baik lagi maka kepuasan pelanggan di bengkel motor cambayya akan meningkat sebesar 0.303% dengan asumsi variabel independent yang lain konstan.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independent secara serentak terhadap variabel dependen.

Dapat dikatakan bahwa variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan hanya dapat dijelaskan oleh variabel independen kualitas pelayanan, harga, dan lokasi sebesar 57,3% sedangkan sisanya 43,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

##### b) Uji Model (Uji F)

Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen secara bersama-sama dengan variabel dependen. Uji ini disebut juga dengan istilah uji kelayakan model atau yang lebih populer disebut sebagai uji model. Uji ini mengidentifikasi model regresi yang diestimasi layak atau tidak. Layak disini maksudnya adalah model yang diestimasi layak digunakan untuk

menjelaskan pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berdasarkan Tabel 4. 14, diketahui nilai F-hitung sebesar  $24,218 > 2,780$  dari nilai F-tabel dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel Independen, yakni kualitas pelayanan, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variable kepuasan pelanggan.

c) Uji Parsial T (Uji T)

Uji t dalam regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji apakah parameter (koefisien regresi dan konstanta) yang diduga untuk mengestimasi persamaan/model regresi linier berganda sudah merupakan parameter yang tepat atau belum. Maksud tepat disini adalah parameter tersebut mampu menjelaskan perilaku variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikatnya. Parameter yang diestimasi dalam regresi linier meliputi intersep (konstanta) dan slope (koefisien dalam persamaan linier). Pada bagian ini, uji t difokuskan pada parameter slope (koefisien regresi) saja. Jadi uji t yang dimaksud adalah uji koefisien regresi. Ketentuan yang digunakan adalah apabila nilai probabilitas lebih kecil dari pada 0.05 maka  $H_0$  ditolak atau koefisien regresi signifikan, dan apabila nilai probabilitas lebih besar dari 0.05 maka  $H_0$  diterima atau koefisien regresi tidak signifikan. Hasil uji statistic T dapat dilihat pada Tabel di bawah ini:

Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi 0.285 dan tingkat signifikan  $0,037 < 0,05$ . Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan

maka kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project akan semakin meningkat.

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi 0.322 dan tingkat signifikan 0,040 < 0,05. Hal ini berarti harga yang terjangkau akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project akan semakin meningkat.

Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi 0.303 dan tingkat signifikan 0,043 < 0,05. Hal ini berarti lokasi yang mudah di jangkau akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project akan semakin meningkat.

### **C. Pembahasan**

Pembahasan dalam penelitian ini menjelaskan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.

#### **a) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan pada penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor

cambayya project dinyatakan diterima. Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rizka Bayu Aditya, 2020) yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Apabila pelanggan tidak merasa puas akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan. Kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Dalam hal ini membuktikan bahwa salah satu cara untuk memuaskan konsumen dengan cara memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Dengan adanya pelayanan yang baik, maka terciptanya kepuasan konsumen. Setelah konsumen merasa puas dengan jasa yang diterima, konsumen akan membandingkan pelayanan yang telah diberikan. Apabila konsumen benar-benar merasa telah puas, konsumen akan melakukan pembelian ulang dan konsumen akan bercerita kepada kerabat atau banyak orang bahwa perusahaan tersebut bagus dan akan bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa di tempat yang sama. Maka dari itu, perusahaan dari sekarang harus mempertimbangkan dengan matang

betapa pentingnya pelayanan kepada konsumen melalui kualitas pelayanan karena saat ini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan hal penting dalam bertahan di dunia bisnis dan memenangkan persaingan dengan kompetitor.

b) Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan pada penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project dinyatakan diterima. Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulianto et al (2016) dan Khakim et al (2014) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Harga adalah sejumlah nilai uang yang ditawarkan untuk mengganti hak milik suatu barang dan jasa kepada pihak lain. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli sudah termasuk pelayanan yang dirikan oleh penjual. Bahkan penjual juga menginginkan sejumlah keuntungan dari harga tersebut. Biasanya para pemasar menetapkan harga untuk kombinasi antara barang/jasa spesifik yang menjadi objek transaksi, sejumlah layanan pelengkap dan manfaat pemuas kebutuhan yang diberikan produk bersangkutan.

Harga dilihat dari sudut pandang konsumen, seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Nilai dapat

didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan terhadap harga. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal, namun ada beberapa barang yang memiliki harga yang tinggi namun tetap mempunyai peminat yang cukup banyak, seperti barang-barang branded. Oleh karena itu, bengkel motor cambayya project harus mampu memberikan harga yang berbeda dengan bengkel lainnya serta pelayanan yang berbeda pula. Sehingga harga yang bersaing yang ditawarkan oleh bengkel motor cambayya project mampu menarik jumlah pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa dari tempat service tersebut.

c) Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan pada penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project dinyatakan diterima. Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Haryoko dan Rabani (2019) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hal itu dikarenakan semakin terjaminnya keamanan, lalu lintas yang lancar dan kenyamanan yang diberikan kepada pelanggan, maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Keberhasilan

suatu usaha dalam menentukan lokasi akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan tersendiri terhadap konsumen. Oleh karena itu dengan adanya keamanan yang terjamin dan kenyamanan yang dirasakan oleh pelanggan akan merasakan puas dan akan kembali menggunakan jasa perbaikan di suatu hari nanti.

- d) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil uji statistic F pada tabel 4. 16 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan pada penelitian ini yang menyatakan bahwa variable kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project dinyatakan diterima.

## 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 motor cambayya project di kabupaten Bantaeng, dengan sampel 53 responden pengguna jasa perbaikan dan produk bengkel motor cambayya project di kabupaten Bantaeng, uji yang dilakukan menggunakan uji regresi linear berganda dibantu oleh aplikasi windows SPSS versi 28. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project. Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project dinyatakan diterima.
2. Kualitas harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project. Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project dinyatakan diterima.
3. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project. Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project dinyatakan diterima.

4. Kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project. Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini yang menyatakan bahwa variable kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor cambayya project dinyatakan diterima.

## **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

- Anggraini, A. (2018). Keefektifan Pembelajaran Elektronik (*E-learning*) Sebagai Pengganti Perkuliahan Konvensional Untuk Keefektifan Meningkatkan Kemampuan Analitis Mahasiswa *Effectiveness of Electronic Learning ( E-Learning ) As a Substitute for Conventional Education To Impro. Jurnal Sosial Humaniora*, 9(2), 95–105. <https://ojs.unida.ac.id/JSH/article/view/1101>
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Penelitian*. In Rineka Cipta.
- Basu, S. (2001). *Manajemen Pemasaran I* (3rd ed.). BPFE.
- Benjamin, S. D. ., Longkotoy, M., & Renouw, A. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mariat Hotel di Kota Sorong. *Journal on Education*, 5 (3), 10466–10478. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1950>
- Biro Administrasi Kepegawaian Karir dan Informasi. (2023). *Pengertian Kualitas Pelayanan*.
- Damongilala, Y., Rogahang, J. J., & Punuindong, A. Y. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Grace Mart Tombatu*. 4(2), 179–187.
- Firman. (2015). Analisis Data Dalam Kualitatif. *Article*, 4, 1–13.
- Haryoko, U.B & Rabbani, H. 2019. “Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel abadi jaya motor bogor”. *EJournal Manajemen Universitas Pamulang*. Vol 1. No 2. 148-159. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JFB/article/view/2972>.
- Indra, F. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri. *Riset Ekonomi Bidang Manajemen Dan Akuntansi*, 1–9.
- Kementerian Perhubungan Republik Indonesia. (2017). *Transportasi sebagai Pendukung Sasaran Pembangunan Nasional*.
- Khakim, Fathoni dan Minarsih. (2014). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Variabel Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima”. *Jurnal. Universitas Pandanaran Semarang*
- Latief, F., Malik, A., & Adelia, M. (2023). *Economics and Digital Business Review Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 4(2), 256–275.
- Nanda Nanda. (2021). *Kualitas Pelayanan Adalah: Tujuan, Fungsi dan Cara Mengukur*.
- Nurwana, A., Lalila, A. K., Cholifah, C. S. N., Mahiri, M. A. M., & Sari, N. R. (2023). *Jurnal Manajemen Bisnis*. *Manajemen Bisnis*, 1(2), 1–10. non-dwnldmgr-download-dont-retry2download

- Raysharie, P. I., Harinie, L. T., Frista, B., Agustian, F., Agriva, J., & Putri, M. B. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Telkomsel di Kota Palangka Raya*. 1(2), 160–171.
- Rosidah, N., Rachma, N., & Khalikussabir. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Lesehan D'dadoz (Studi Kasus pada Pelanggan Lesehan D'dadoz Kota Blitar)*. 12(02), 150–157.
- Saputri, M. Y., & Jakfar. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Telkom Pelaihari*. 10(2). <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/11923/>
- Sugiyanto, E. K., & Kurniasari, F. (2020). DIMENSI KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan Hotel X Semarang). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 3(2), 112–125. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v3i2.5372>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (3rd ed.). Alfabeta.
- Tambajong, J. E., Tampi, J. R. ., & Rogahang, J. J. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen J&T Express Bahu*. 4(2), 135–144.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (IV). Cv. Andi Offset.
- Utami, D. P., Melliani, D., Maolana, F. N., Marliyanti, F., & Hidayat, A. (2021). Iklim Organisasi Kelurahan dalam Perspektif Ekologi. *Frontiers in Neuroscience*, 14(1), 1–13.
- Yulianto, I. (2016). "Pengaruh Promosi Penjualan, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Counter Handphone Di Shiba Communication)". *Jurnal. Universitas Pandanaran Semarang*

**L  
A  
M  
P  
I  
R  
A  
N**



**Lampiran 1**  
**Surat Penelitian**



**BENKEL CAMBAYYA PROJECT**

*Jln. Tanetea Poros Bantaeng-Bulukamba. Cp : 081255255315*

Nomor : 001/BCP/01/2023  
Lampiran : -  
Perihal : Jawaban Permohonan Penelitian

Kepada Yth,  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**  
**Universitas Muhamadiyah Makassar**  
Di-

Tempat

**Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh**

Puji Syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang memberikan kita kesehatan dan kesempatan sehingga dapat beraktivitas. Sehubungan dengan surat dari Lembaga Penelitian Pengembangan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Maka bersama ini, hal-hal sebagai berikut:

1. Bahwa Bengkel Cambayya Project bersedia untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk melakukan penelitian:

Nama : Dodi Iswandi Erwin  
Stambuk : 105721102519  
Program Studi : Manajemen  
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng

Demikian jawaban kami, atas kerjasamanya kami ucapkan banyak terima kasih.  
*Walaikum salam wr.wb*

Bantaeng, 22 September 2023

**Kepala**  
**Bengkel Cambayya Project**



Dedy Tabrani  
Kepala

## Lampiran 2

### Kuesioner

#### 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)

#### Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Menurut saya perlengkapan produk bengkel motor cambayya project cukup lengkap daripada bengkel lain					
2	Mekanik bengkel motor cambayya project memberikan pelayanan yg baik dari pada bengkel lain					
3	Pelayanan servis yang diberikan cukup memuaskan dan cepat					
4	Bengkel motor cambayya project selalu memberi tahu langsung apa yang perlu diperbaiki					
5	Bengkel motor cambayya project					

	memberikan jaminan apabila servis kurang memuaskan					
6	Pegawai bengkel motor cambayya project sangat ramah pada saat melayani konsumen					

### Variabel Harga (X2)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Harga produk bengkel motor cambayya project sangat terjangkau dari pada bengkel lain					
2	Harga sparepart bervariasi sesuai dengan kualitasnya					
3	Kualitas sparepart bengkel motor cambayya project dapat bersaing dengan dealer resmi					
4	Harga produk bengkel motor cambayya project sesuai dengan merek dan kualitas					
5	Menurut saya harga produk bengkel motor cambayya project dapat bersaing dengan yang lain					

### Variabel Lokasi (X3)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Lokasi Bengkel motor cambayya project dekat dan terlihat dari jalan raya					
2	Akses menuju Bengkel motor cambayya project mudah dan tidak macet					
3	Kondisi lingkungan di sekitar Bengkel motor cambayya project aman					
4	Kondisi lingkungan Bengkel motor cambayya project bersih dan nyaman					

### Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Produk yang dibutuhkan konsumen sudah sesuai dengan harapannya					
2	Pelanggan tidak pernah komplain/ mengeluh terhadap hasil kerja Bengkel motor cambayya project					

3	Pelanggan selalu memberikan pujian terhadap hasil kerja Bengkel motor cambayya project					
4	Pelanggan merasa Bengkel motor cambayya project adalah bengkel dengan reputasi yang baik					
5	Saya puas dengan produk dan jasa servis yang diberikan pada bengkel motor cambayya project					



**Lampiran 3**  
**Hasil Olah Data SPSS**

**1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)**

<b>Correlations</b>								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOT_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.788**	.521**	.597**	.477**	.494**	.742**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53
X1.2	Pearson Correlation	.788**	1	.677**	.690**	.640**	.630**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53
X1.3	Pearson Correlation	.521**	.677**	1	.684**	.807**	.769**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53
X1.4	Pearson Correlation	.597**	.690**	.684**	1	.699**	.752**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53
X1.5	Pearson Correlation	.477**	.640**	.807**	.699**	1	.672**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53
X1.6	Pearson Correlation	.494**	.630**	.769**	.752**	.672**	1	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	53	53	53	53	53	53	53
TOT_X1	Pearson Correlation	.742**	.862**	.885**	.873**	.854**	.859**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	53	53	53	53	53	53	53

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

**2. Variabel Harga (X2)**

<b>Correlations</b>							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOT_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.713**	.867**	.824**	.786**	.917**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53

X2.2	Pearson Correlation	.713**	1	.697**	.768**	.845**	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53
X2.3	Pearson Correlation	.867**	.697**	1	.789**	.847**	.923**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53
X2.4	Pearson Correlation	.824**	.768**	.789**	1	.766**	.909**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53
X2.5	Pearson Correlation	.786**	.845**	.847**	.766**	1	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	53	53	53	53	53	53
TOT_X2	Pearson Correlation	.917**	.880**	.923**	.909**	.932**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	53	53	53	53	53	53

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

### 3. Variabel Lokasi (X3)

Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOT_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.892**	.676**	.543**	.871**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	53	53	53	53	53
X3.2	Pearson Correlation	.892**	1	.690**	.612**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	53	53	53	53	53
X3.3	Pearson Correlation	.676**	.690**	1	.792**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	53	53	53	53	53
X3.4	Pearson Correlation	.543**	.612**	.792**	1	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	53	53	53	53	53
TOT_X3	Pearson Correlation	.871**	.898**	.903**	.850**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	53	53	53	53	53

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

#### 4. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations							
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TOT_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.684**	.605**	.598**	.651**	.810**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53
Y.2	Pearson Correlation	.684**	1	.729**	.788**	.727**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53
Y.3	Pearson Correlation	.605**	.729**	1	.678**	.712**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53
Y.4	Pearson Correlation	.598**	.788**	.678**	1	.705**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53
Y.5	Pearson Correlation	.651**	.727**	.712**	.705**	1	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	53	53	53	53	53	53
TOT_Y	Pearson Correlation	.810**	.908**	.864**	.874**	.875**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	53	53	53	53	53	53

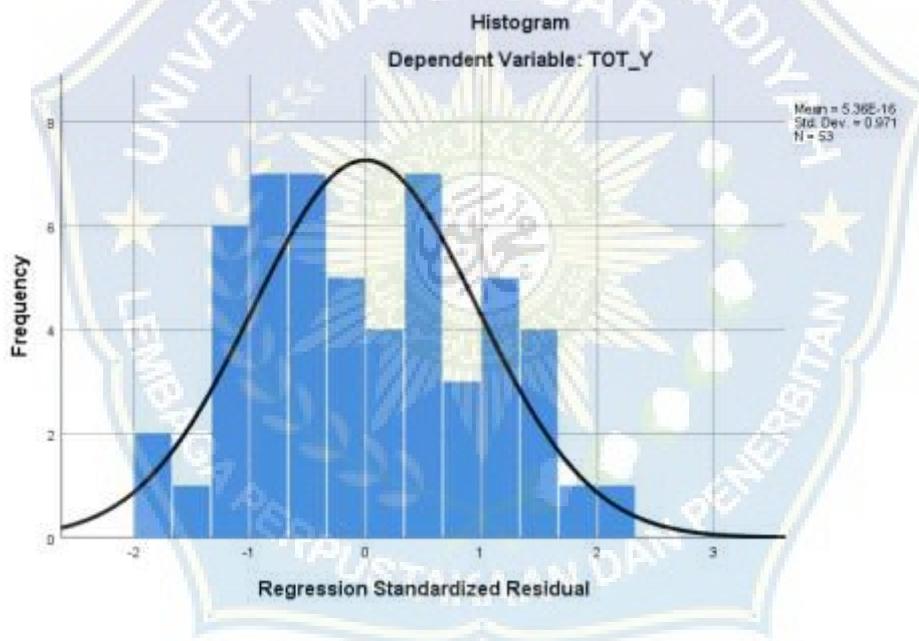
\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.921	.921	6

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.949	.950	5

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.901	.904	4

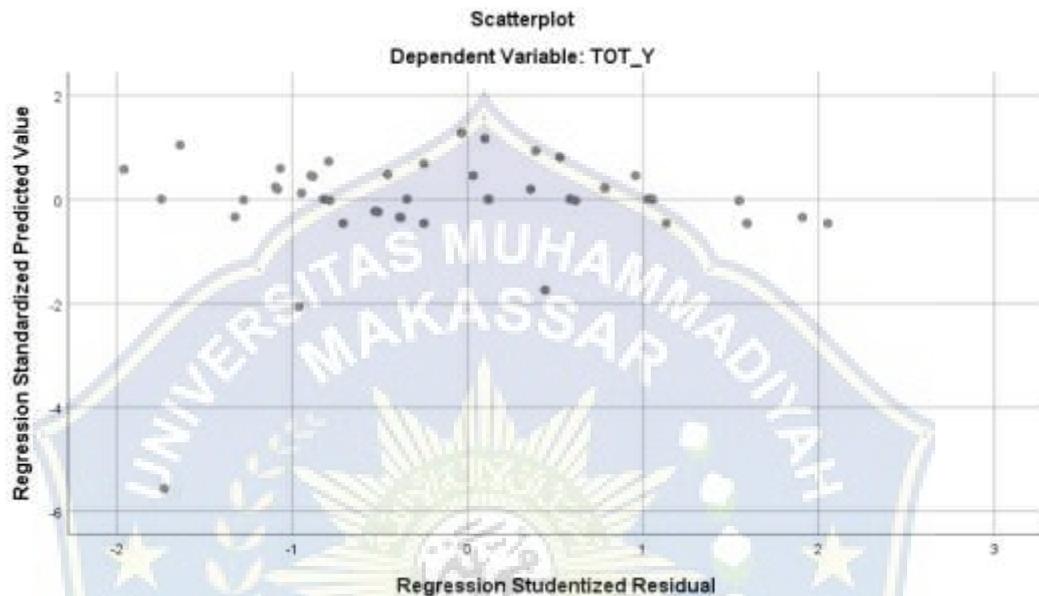
Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.917	.917	5





1	(Constant)	2.412	2.403		1.004	.320		
	TOT_X1	.285	.133	.289	2.147	.037	.452	2.210
	TOT_X2	.322	.153	.320	2.107	.040	.355	2.814
	TOT_X3	.303	.146	.264	2.074	.043	.509	1.964

a. Dependent Variable: TOT\_Y



ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	353.734	3	117.911	24.218	.000 <sup>b</sup>
	Residual	238.568	49	4.869		
	Total	592.302	52			

a. Dependent Variable: TOT\_Y

b. Predictors: (Constant), TOT\_X3, TOT\_X1, TOT\_X2

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.773 <sup>a</sup>	.597	.573	2.207

a. Predictors: (Constant), TOT\_X3, TOT\_X1, TOT\_X2

b. Dependent Variable: TOT\_Y



Lampiran 4  
Dokumentasi





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

Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin No.259 Makassar 90221 Telp. (0411) 866972, 881393; Fax. (0411) 866588

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 : Dodi Iswandi Erwin

Nim : 105721102519

Program Studi : Manajemen

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	9,5%	10 %
2	Bab 2	16 %	25 %
3	Bab 3	10 %	10 %
4	Bab 4	10 %	10 %
5	Bab 5	5 %	5%

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

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

Makassar, 09 Januari 2024

Mengetahui

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



Dr. Agus Yoni, M.P.  
NIP. 964 591

Dodi Iswandi Erwin 105721102519 BAB I

ORIGINALITY REPORT

<b>9%</b> SIMILARITY INDEX	<b>9%</b> INTERNET SOURCES	<b>2%</b> PUBLICATIONS	<b>4%</b> STUDENT PAPERS
-------------------------------	-------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>digilibadmin.unismuh.ac.id</b> Internet Source	<b>9%</b>
----------	--	-----------

Exclude quotes  On Exclude matches < 2%  
Exclude bibliography  On



## Dodi Iswandi Erwin 105721102519 BAB II

## ORIGINALITY REPORT

<b>16%</b>	<b>16%</b>	<b>0%</b>	<b>3%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>eprints.uny.ac.id</b> Internet Source	<b>6%</b>
<b>2</b>	<b>123dok.com</b> Internet Source	<b>5%</b>
<b>3</b>	<b>johannessimatupang.wordpress.com</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>4</b>	<b>digilibadmin.unismuh.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>

Exclude quotes  On Exclude matches  < 2%  
 Exclude bibliography  On

## Dodi Iswandi Erwin 105721102519 BAB III

## ORIGINALITY REPORT

<b>10%</b>	<b>5%</b>	<b>0%</b>	<b>10%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	2%
<b>2</b>	Submitted to Universitas Muhammadiyah Makassar Student Paper	2%
<b>3</b>	eprints.uad.ac.id Internet Source	2%
<b>4</b>	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	2%
<b>5</b>	digilib.unismuh.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes  On Exclude matches  On  
 Exclude bibliography  On

## Dodi Iswandi Erwin 105721102519 BAB IV

## ORIGINALITY REPORT

<b>10%</b>	<b>9%</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>jurnal.stkipkieraha.ac.id</b> Internet Source	<b>4%</b>
<b>2</b>	<b>es.scribd.com</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>Submitted to Fakultas Teknologi Kebumian dan Energi Universitas Trisakti</b> Student Paper	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>repository.unhas.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>

Exclude quotes  On Exclude matches  < 2%

Exclude bibliography  On

## Dodi Iswandi Erwin 105721102519 BAB V

## ORIGINALITY REPORT

<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>123dok.com</b> Internet Source	<b>5%</b>
----------	--------------------------------------	-----------

Exclude quotes  Or  Exclude matches < 2%  
Exclude bibliography  Or



## RIWAYAT HIDUP



Dodi Iswandi Erwin, panggilan Dodi lahir di Pinrang pada tanggal 13 November 2001 dari pasangan suami istri Bapak Erwin Syaefuddin, S.E dan Ibu Iswiansyah, S.Pd. Peneliti adalah anak pertama dari 2 bersaudara. Peneliti sekarang tinggal bersama kedua orang tua di Kabupaten Bantaeng Sulawesi Selatan. Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SD Inpres Teladan Merpati. lulus pada tahun 2013, MTs Ma'arif Lasepang, lulus pada tahun 2016, SMK Negeri 3 Model Bantaeng, lulus pada tahun 2019 dan mulai tahun 2019 mendaftar dan kuliah pada Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.