

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGAN PADA PT. HASJRAT ABADI RANOTANA*ANALYSIS OF THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE AND LOCATION ON CUSTOMER SATISFACTION IN PT. HASJRAT ABADI RANOTANA*

Oleh :

Anggraini¹
Ivone S,Saerang²
Agus Supandi Soegoto³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

Email:

¹renisyawal96@gmail.com²ivonesaerang@yahoo.com³supandi_smrt@yahoo.co.id

Abstrak: Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada PT. Hasjrat Abadi Ranotana. Metode yang digunakan adalah asosiatif. Populasi penelitian yaitu 2403. Sampel yang digunakan 100 responden, dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil Analisis secara simultan kepuasan pelanggan, harga dan lokasi signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan secara parsial kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Hasjrat Abadi Ranotana.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Dan Kepuasan Pelanggan

Abstrac: In the current business era, competition in the business world is getting tighter. This increasingly fierce competition requires business people to be able to maximize the performance of their companies in order to compete in the market. This study aims to determine the effect of price and location service quality on customer satisfaction at PT. Hasjrat Abadi Ranotana. The method used is associative. The study population was 2403. The sample used 100 respondents, with purposive sampling technique. The analysis technique used is multiple regression analysis. The results of the analysis are simultaneously customer satisfaction, price and location are significant towards customer satisfaction, while in terms of quality service, price and location significantly influence customer satisfaction at PT. Hasjrat Abadi Ranotana.

Keywords: Service Quality, Price, Location and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2008). Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relations release*. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing.

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu.

Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis bengkel Hasjrat Abadi Ranotana. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya bengkel-bengkel bermunculan di kota Manado. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun beraneka macam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap bengkel.

Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah melakukan transaksi di PT. Hasjrat Abadi. Pihak perusahaan, juga harus mampu memahami keinginan-keinginan pelanggannya serta mempelajari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan para pelanggannya.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Hasjrat Abadi Ranotana.

Tujuan Penelitian

1. Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Hasjrat Abadi Ranotana.
2. Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Hasjrat Abadi Ranotana.
3. Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Hasjrat Abadi Ranotana.
4. Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Hasjrat Abadi Ranotana.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu faktor yang terpenting untuk menunjukkan perusahaan khususnya perusahaan yang bergerak dalam bidang barang dan jasa. Kesuksesan perusahaan banyak ditentukan oleh prestasi di bidang pemasaran (Kotler, 2014: 35).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sebuah hasil yang harus dicapai dan dilakukan dengan sebuah tindakan. Namun tindakan tersebut tidak berwujud dan mudah hilang, namun dapat dirasakan dan diingat menurut (Supranto 2006:120).

Dalam kualitas pelayanan yang baik, terdapat beberapa jenis kriteria pelayanan, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Ketepatan waktu pelayanan, termasuk didalamnya waktu untuk menunggu selama transaksi maupun proses pembayaran.
2. Akurasi pelayanan, yaitu meminimalkan kesalahan dalam pelayanan maupun transaksi.
3. Sopan santun dan keramahan ketika memberikan pelayanan.
4. Kemudahan mendapatkan pelayanan, yaitu seperti tersedianya sumber daya manusia untuk membantu melayani konsumen, serta fasilitas pendukung seperti komputer untuk mencari ketersediaan suatu produk.
5. Kenyamanan konsumen, yaitu seperti lokasi, tempat parkir, ruang tunggu yang nyaman, aspek kebersihan, ketersediaan informasi, dan lain sebagainya.

Harga

Swasta (2007:147), Mendefinisikan harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Lokasi

Ma'ruf (2005:114), menjelaskan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, dimana lokasi yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama. Kotler & Armstrong (2008: 63), berpendapat bahwa tempat/distribusi meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran.

Kepuasan Pelanggan

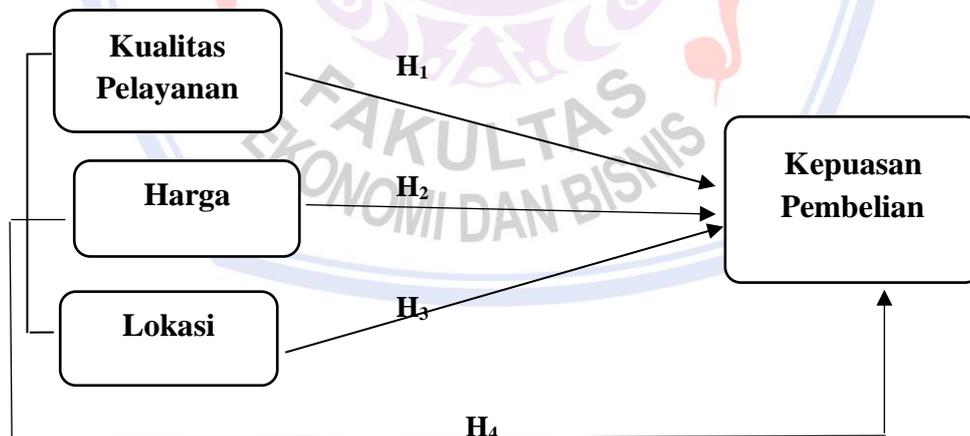
Irawan (2012:35) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai "Kepuasan pelanggan adalah hasil dari penilaian dari pelanggan bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang".

Penelitian Terdahulu

Katili, Mandey, Saerang (2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan pembelian speaker merek Yamaha di fortino audio Manado. Penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif. Hasil penelitian ini adalah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian speaker merek yamaha fortino audio Manado. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada harga dan menggunakan teknik analisis data yang sama. Perbedaannya tidak meneliti tentang kepuasan konsumen.

Tampi dan Soegoto & Sumaraw (2016) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Daya Tarik terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy pada PT. Daya Adicipta Wisesa Ado. Tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy pada PT.Daya Adicipta Wisesa Ado. Hasil Penelitian adalah kualitas produk, harga. Dan daya tarik iklan secara simultan dan persial berpengaruh terhadap keputusan pembeli sepeda motor honda scoopy.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran
Sumber: Hasil Penelitian Terdahulu

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1 : Diduga bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen.
- H2 : Diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- H3 : Diduga bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- H4 : Diduga bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN**Jenis penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian metode penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2014:55) metode asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Dalam penelitian ini, metode asosiatif digunakan untuk menjelaskan tentang analisis kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen

Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di PT. Hajrat Abadi Ranotana Sulawesi Utara.

Populasi, Besaran Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

(Sugiyono, 2014: 80) menyatakan populasi adalah wilayah generalisasi, obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan Yamaha di PT. Hasjrat Abadi Ranotana.

Sugiyono (2014: 81) berpendapat sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. *Dari hasil perhitungan diatas maka didapat jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 99,96 dan di bulatkan menjadi 100 responden. Dan yang menjadi responden adalah pelanggan sepeda motor Yamaha di PT. Hasjrat Abadi.*

Teknik Analisis Data

Metode analisis berisi pengujian – pengujian data yang diperoleh dari hasil jawaban responden yang diterima kemudian dianalisis dengan menggunakan spss, selanjutnya metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.

Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan dari beberapa penelitian sebelumnya yang telah dipaparkan diatas maka dapat disimpulkan hipotesis statistik sebagai berikut:

H_o : Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

H_a : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

H_o : Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

H_a : Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

H_o : Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

H_a : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

H_o : Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

H_a : Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**Hasil Penelitian****Sejarah Singkat Perusahaan**

PT. Hasjrat Abadi adalah perusahaan swasta yang ada di Manado dan bergerak dalam bidang perdagangan umum. PT. Hasjrat Abadi dahulunya adalah berbentuk CV. Hasjrat Abadi yang berdiri tanggal 31 Juli 1952 yang berpusat di Jakarta dengan notaris Sie Kwan Djien No. 12 tahun 1952. PT. Hasjrat Abadi pada tahun 1956 pada mulanya menjual bahan bangunan yang berupa semen, besi, tripleks dan lain – lain.

Hasil Pengujian Instrumen Uji Validitas

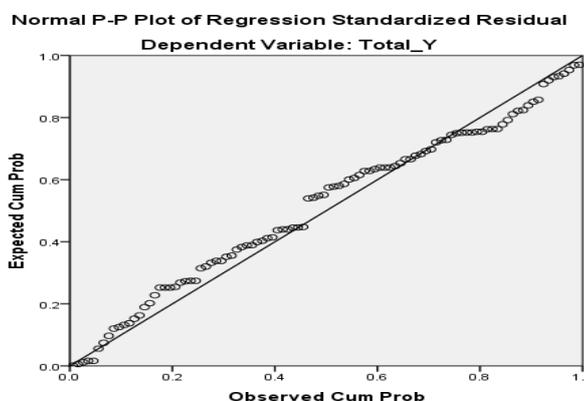
Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	Korelasi (r)			Koefisien	
		Corrected item-Total Correlation	Signifikan	Status	Alpha Cornbach	Status
Kualitas Pelayanan (x1)	x1.1	0,633	0,001	Valid	0,672	Reliabel
	x1.2	0,621	0,001	Valid		
	x1.3	0,532	0,000	Valid		
	x1.4	0,64	0,000	Valid		
Harag (x2)	x2.1	0,517	0,000	Valid	0,761	Reliabel
	x2.2	0,669	0,000	Valid		
	x2.3	0,511	0,000	Valid		
	x2.4	0,718	0,004	Valid		
Lokasi (x3)	x3.1	0,688	0,000	Valid	0,763	Reliabel
	x3.2	0,659	0,009	Valid		
	x3.3	0,544	0,000	Valid		
	x3.4	0,554	0,000	Valid		
Kepuasan Pelanggan (Y)	y1	0,502	0,000	Valid	0,760	Reliabel
	y2	0,509	0,000	Valid		
	y3	0,533	0,000	Valid		
	y4	0,68	0,004	Valid		

Sumber : Data yang diolah, 2018

Untuk mempermudah memperoleh data yang dibutuhkan maka penulis menggunakan kuesioner, oleh karena itu maka kuesioner yang disusun harus diukur validitasnya. Berdasarkan hasil tabel diatas, maka dapat diketahui pertanyaan – pertanyaan yang dianggap valid dan tidak valid, dimana pertanyaan valid skronya > 0,3 sedangkan pertanyaan yang tidak valid < 0,3 (Agung wibowo, 2012:36). Dan dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa semua semua pertanyaan layak digunakan sebagai indicator dari konsruk (loten variabel).

Hasil Uji Normalitas



Gambar 2 Output Pengujian Normalitas

Sumber : Output Pengolahan SPSS 22, 2018

Dari Gambar 2 Grafik normal probability plot menggambarkan bahwa data mendekati distribusi normal. Pada Gambar 2 terlihat data menyebar disekitar diagonal dan mengikuti arah garis atau grafik histogramnya. Meskipun data sedikit keluar garis maka dan kemudian mengikuti kembali garis diagonalnya, data observasi penelitian ini dikatakan mendekati distribusi normal. Uji normalitas baik dengan menggunakan grafik histogram maupun grafik normal probability plot menyatakan bahwa data penelitian ini mendekati distribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas untuk menguji ada tidaknya multikolinieritas dalam suatu model regresi salah satunya adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan lawannya, *Variance Inflation Factor (VIF)*. Dalam penelitian ini multikolinieritas dapat dideteksi dengan melihat nilai *tolerance* (a) lebih dari 0,10 dan *Variance Inflation Factor (VIF)* kurang dari 10

Tabel 2 Output Pengujian Multikolinieritas Coefficients^a

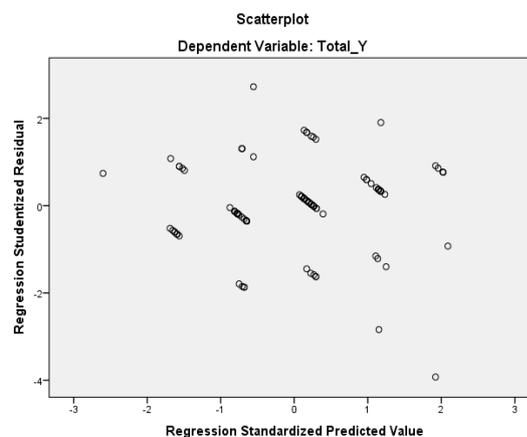
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta	T			
1 (Constant)	4.412	1.731		2.549	.012		
Total_X1	-.055	.061	-.050	-.896	.373	.997	1.007
Total_X2	.831	.056	.835	14.786	.000	.989	1.011
Total_X3	-.021	.051	-.024	-.420	.675	.993	1.007

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber : Output Pengolahan SPSS 22, 2019

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varians dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Hasil dari uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 3 Output Pengujian Heteroskedastisitas

Sumber: Output Pengolahan SPSS 22, 2018

Dari gambar 3 diatas dapat dilihat bahwa titik – titik tidak membentuk pola yang jelas, serta titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Dari gambar diatas maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Teknik Analisis

Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan unntuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada dealer hasjrat abadi ranotana. Model analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah sebagai berikut :

Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.412	1.731		2.549	.012		
Total_X1	.635	.061	-.050	8.896	.373	.997	1.007
Total_X2	.831	.056	.835	14.786	.000	.989	1.011
Total_X3	.621	.051	-.024	7.720	.675	.993	1.007

Sumber : Output Pengolahan SPSS 22, 2019

Bentuk persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y=2,412 + 0,635X_1 + 0,831X_2 + 0,621X_3$$

Hasil persamaan regresi berganda tersebut di atas memberikan pengertian bahwa:

1. Nilai constant sebesar 2,412 memberikan pengertian bahwa jika Kualitas Pelayanan , Harga, Dan Lokasi tidak dilakukan atau sama dengan nol (0) maka besarnya Kepuasan Pelanggan adalah 2,412 satuan.
2. Untuk variabel Kualitas Pelayanan koefisien regresinya adalah Positif, hal ini dapat di artikan apabila Kualiatas Pelayanan (X_1) naik 1 satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) akan naik sebesar 0,635 satuan.
3. Untuk variabel Harga koefisien regresinya adalah positif, hal ini dapat di artikan apabila harga (X_2) naik 1 satuan, maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,831 satuan.
4. Untuk variabel lokasi koefisien regresinya adalah positif, hal ini dapat di artikan apabila lokasi (X_3) naik 1 satuan, maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,621 satuan.

Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F dikenal dengan uji Model Fit atau uji Anova merupakan uji untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} , jika $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} (H_0 di tolak dan H_a diterima) maka model signifikan atau bisa dilihat dalam kolom signifikansi pada Anova dalam SPSS.

Tabel 4 Output Uji F (Model Fit)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	78.897	3	26.299	73.686	.000 ^b
Residual	34.263	96	.357		
Total	113.160	99			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2

Sumber : Output Pengolahan SPSS 22, 2018

Dari hasil regresi terhadap variabel keputusan pembelian dengan variabel lain yakni Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi diperoleh nilai F_{hitung} adalah sebesar 73,650 dan tingkat signifikan 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai α 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, ini berarti variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini berarti Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Uji t (uji parsial) adalah jenis pengujian statistika untuk mengetahui apakah ada perbedaan dari nilai yang diperkirakan dengan nilai hasil perhitungan statistika. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Uji t menilai apakah mean dan

keragaman dari dua kelompok berbeda secara statistik satu sama lain. Berikut adalah hasil dari uji t dengan menggunakan program pengolahan data SPSS.

Untuk melihat ada/tidaknya pengaruh secara parsial Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), dan Lokasi (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Dealer Hasjrat Abadi Ranotana dapat dilakukan dengan menggunakan kriteria uji hipotesis sebagai berikut :

- $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($\alpha = 0,05$), maka H_0 diterima sehingga H_a ditolak
- $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($\alpha = 0,05$), maka H_0 ditolak sehingga H_a diterima.

Tabel 5 Output Uji t (parsial) Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance VIF
1 (Constant)	2.412	1.731		2.549	.012	
Total_X1	.635	.061	-.050	8.896	.000	.997 1.007
Total_X2	.831	.056	.835	14.786	.000	.989 1.011
Total_X3	.621	.051	-.024	7.720	.000	.993 1.007

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Output Pengolahan SPSS 22, 2018

Berdasarkan tabel 4.16 diatas dapat diketahui bahwa hasil dari uji t adalah sebagai berikut.

- Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 8,896 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,983 dengan tingkat Sig 0,000 < 0,05, sehingga H_0 ditolak artinya kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh Sig terhadap Kepuasan pelanggan (Y), dengan demikian hipotesis alternative dapat diterima
- Nilai t_{hitung} untuk variabel Harga (X_2) sebesar 14,786 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,983 dengan tingkat Sig 0,000 < 0,05, sehingga H_0 ditolak artinya Harga (X_2) berpengaruh Sig terhadap kepuasan pelanggan (Y), dengan demikian hipotesis alternative dapat diterima.
- Nilai t_{hitung} untuk variable Lokasi (X_3) sebesar 7,720 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,983 dengan tingkat Sig 0,000 < 0,05, sehingga H_0 ditolak artinya Lokasi (X_3) Berpengaruh Sig terhadap kepuasan pelanggan (Y), dengan demikian hipotesis alternative dapat diterima.

Berdasarkan perhitungan uji hipotesis diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada dealer Hasjrat Abadi Ranotana.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan Pelanggan pada dealer Hasjrat Abadi Ranotana. Dengan demikian hasil yang di dapat dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Elinawati Susi dan Mentari Sinurat (2017) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pengujian dan pengamatan untuk variabel harga berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan pada dealer Hasjrat Abadi Ranotana. Karena kualitas pelayanan yang ditawarkan dealer hasjrat abadi ranotana sesuai dengan yang diinginkan kosumen, yaitu dengan kualitas tempat parkir yang memadai, karyawan yang ramah menerima keluhan konsumen, karyawan cepat dan tanggap dalam melayani konsumen, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa untuk variabel Harga (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada dealer Hasjrat Abadi Ranotana. Dengan demikian hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat penelitian dari Rendy Gulla (2015) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa untuk variabel harga (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) pada dealer hasjrat abadi ranotana. Hal ini berarti jika harga yang ditawarkan terjangkau, harga sesuai dengan servis yang diberikan, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa untuk variabel lokasi (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada dealer hasjrat abadi ranotana. Dengan demikian hasil yang di dapat dalam penelitian yang dilakukan oleh Efi Nopita Sari dan Putra Wisnu Agung (2017), yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pengujian dan pengamatan untuk variabel lokasi berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada delaeer hasjrat abadi ranotana. Hal ini berarti lokasi bengkel dealer hasjrat abadi yang ada saat ini mampu memberikan kpuasan pada konsumen sehingga akan meningkatkan kuapasan konsumen.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pengamatan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian dan pengamatan bahwa untuk variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada dealer hasjrat abadi ranotana
2. Berdasarkan pengujian dan pengamatan untuk variabel harga berpengaruh positif dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada dealer hasjrat abadi ranotana
3. Berdasarkan pengujian dan pengamatan untuk variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada dealer hasjrat abadi ranotana.
4. Berdasarkan pengujian dan pengamatan secara bersama – sama (simultan), variabel kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada dealer hasjrat abadi ranotana

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diajukan saran, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi dealer Hasjrat Abadi Ranotana, untuk tetap mempertahankan semua kualitas pelayanan, hargda dan lokasi yang ada, karena dealer hasjrat abadi sudah dikenal oleh semua kalangan masyarakat, serta pelayanan, harga, produk yang di tawarkan agar tetap selalu stabil, agar supaya pelayanan, harga dan produk yang harus ditawarkan dapat selalu diterima dikalangan masyarakat dan bisa saling menguntungkan bagi perusahaan
2. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melaksanakan penelitian sejenis, sebaiknya meneliti variabel – variabel lainnya ysng diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, irwan. Kepuasan Pelanggan. Pustaka Pelajar, 2012 Yogyakarta

Agung, Edy, Wibowo dan Adji, Djojo, 2012, Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian, Edisi Ke Dua, Penerbitan Gava Media, Yogyakarta.

Katili,B., Mandey,S.L., dan Saerang, I.S. 2018, Pengaruh Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Speaker Merek Yamaha Di Fortino Audio Manado. *Jurnal EMBA Vol.6 No.1 Januari 2018, Hal.91-100. Manado: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi.* <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/1882>
18375 Diakses Tanggal 15 Maret 2018.

Kotler, P; Armstrong, G, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

Kotler., (2014), *Principles of Marketin*, 12th Edition, Jilid 1 Bob Sabran Jakarta: Erlangga

Mentarai, S, S., Lumanau, B., dan Roring, F., 2017, Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga. *Jurnal Emba. Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal. 2230 – 2239. Manado: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi.* <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/16522/16014> Diakses Tanggal 15 Maret 2018.

Ma'ruf. 2005. *Pemasaran Ritel*, : PT Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.

Tampi D., Soegoto S. A., dan Sumarauw B.S.J. (2016) Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembeli Sepeda Motor Honda Scoopy pada PT. Daya Adicipta Wisesa. *Jurnal Emba* vol.4 No.1 <http://www.ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/articale>. Diakses meret 2017

Swastha. 2007. *Manajemen Pemasaran Modern, Liberty Offset*, Yogyakarta.

Sari.dan Agung. 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Pembeli Konsumen di Toko Sumber Pangestu Motor Karanganyer, *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta*. Vol. 15 No.3 <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/16161/15666> 15 Maret 2018.

Sugiyono, (2014), *Buku Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.

Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Rineka cipta, Erlanga Jakarta.

