

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DEALER YAMAHA DI KECAMATAN WANEA
DI MASA PANDEMI COVID-19**

*THE EFFECT OF PRICE AND SERVICE QUALITY AGAINST CONSUMER SATISFACTION
DEALER YAMAHA SUBDISTRICT WANEA DURING THE COVID-19 PANDEMIC*

Oleh:

**EllenHoff C. G. Rembang¹
Djurwati Soepeno²
Rudie Y. Lumantow³**

¹²³Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sam Ratulangi

E-mail:

¹ellenrembang96@gmail.com

²djurwatisoepeno@unsrat.ac.id

³lumantowr@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dealer Yamaha di Kecamatan Wanea di masa Pandemi Covid-19, (2) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dealer Yamaha di Kecamatan Wanea masa Pandemi Covid-19, (3) Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dealer Yamaha di kecamatan wanea di masa Pandemi Covid-19. Penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh Harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Dealer Yamaha di kecamatan wanea. (2) terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Dealer Yamaha di kecamatan wanea. (3) terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dealer Yamaha di kecamatan wanea.

Kata Kunci: Harga, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen.

Abstract: This study aims to determine: (1) The Effect of Price on Consumer Satisfaction of Yamaha Dealers in Wanea District during the Covid-19 Pandemic, (2) The Effect of Service Quality on Consumer Satisfaction of Yamaha Dealers in Wanea District during the Covid-19 Pandemic, (3) Effect of Price and Quality of Service on Yamaha Dealer Customer Satisfaction in Wanea District during the Covid-19 Pandemic. This research is a quantitative research. The sampling technique used in this study was *purposive sampling*, with a sample of 100 respondents. Data collection techniques using a questionnaire. The data analysis technique used is the classical assumption test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The results of the study indicate that: (1) there is an influence of price and service quality on Yamaha dealer customer satisfaction in Wanea sub-district. (2) there is an effect of Price on Yamaha Dealer Customer Satisfaction in Wanea sub-district. (3) there is an effect of Service Quality on Consumer Satisfaction of Dealer Yamaha in Wanea sub-district.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN**Latar Belakang**

Era globalisasi saat ini persaingan dalam bidang pemasaran barang dan jasa terus berkembang pesat. Kebutuhan manusia akan kemudahan transportasi dari suatu tempat ke tempat lain semakin meningkat apalagi dalam hal menarik minat pembeli. Untuk menarik minat pembeli maka produk yang ditawarkan harus sesuai dengan kebutuhan, kualitas produk, kualitas pelayanan yang baik dan harga yang kompetitif. Dengan mudah bisa bersaing dan meningkatkan berbagai strategi yang kreatif dan inovatif agar bisa memenuhi setiap kebutuhan sesuai harapan konsumen.

PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing adalah sebuah perusahaan yang memproduksi sepeda motor. Perusahaan ini pada tahun 1965 menjadi distributor eksklusif dimanado dan terus berkembang hingga membuka 7 outlet yang tersebar di beberapa wilayah di Manado. Penjualan sepeda motor Yamaha di Kecamatan Wanea khususnya 3 tahun terakhir (2018,2 019 dan 2020). Pada bulan Januari hingga Maret 2020 masih dalam keadaan stabil. Sedangkan setelah masa pandemi covid-19 antara bulan April hingga November mengalami penurunan 45% pada tahun 2020. Dari Penyebaran Virus COVID-19, perusahaan dimasa pandemi covid-19 harga sepeda motor di Dealer Yamaha menurun.

Berbagai macam upaya yang dilakukan pihak dealer Yamaha untuk menarik minat konsumen sehingga konsumen merasa puas, antaranya dengan memberikan harga yang terjangkau, Karna setiap harga yang di tetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan pada produk berbeda. Biasanya permintaan dan harga berbanding balik, yakni semakin tinggi harga, maka semakin rendah permintaan terhadap produk.

Dalam hal ini Yamaha menggunakan strategi dengan menetapkan harga terjangkau, bersaing dengan merek lain serta sesuai dengan kualitasnya. Harga yang ditawarkan disesuaikan dengan kualitas produk dan bisa terjangkau oleh masyarakat.

Namun adanya fenomena atau dampak pendemi Covid-19 membuat industri otomotif terpuruk. Hal ini bisa dilihat dari data penjualan mobil dan motor di tahun 2020 yang mengalami penurunan hingga 40 persen, baik mobil maupun motor.

Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Yamaha.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Yamaha.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Yamaha.

TINJAUAN PUSTAKA**Manajemen Pemasaran**

Sedjati (2018) mendefinisikan bahwa: Pemasaran mengandung arti segala usaha atau aktifitas dalam menyampaikan barang atau jasa para produsen kepada konsumen, dimana kegiatan tersebut ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan dalam cara tertentu yang disebut pertukaran.

Harga

Tjiptono (2015:154) menyatakan penetapan harga merupakan pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum yang berlaku untuk produk tertentu, relative terhadap harga para pesaing. Penetapan harga terhadap suatu produk atau jasa memiliki berbagai tujuan, sedangkan Kotler dan Armstrong (2010:314) mendefinisikan Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2012:157) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Tjiptono (2016:113) Kualitas jasa atau kualitas pelayanan didefinisikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan, dan menurut Kotler (2016) pelayanan merupakan

setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Kepuasan Konsumen

Kotler (2013:35) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Irawan (2008:3) kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa pelanggan puas kalau setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik.

Penelitian Terdahulu

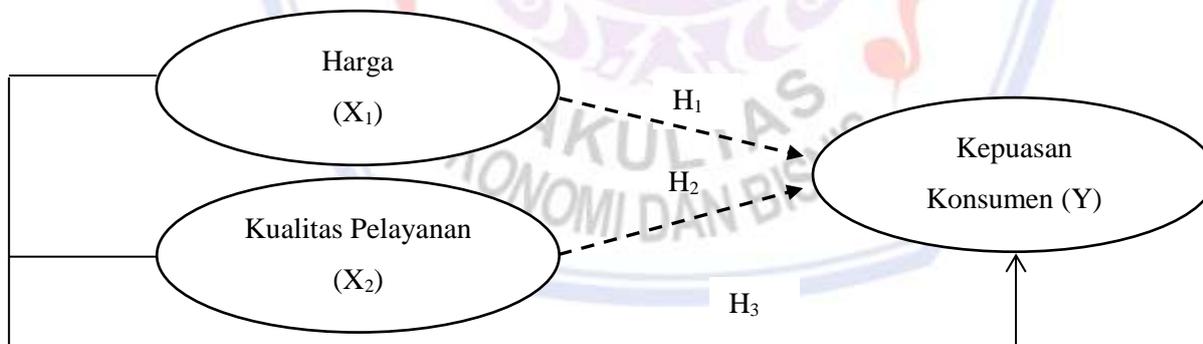
Putri Nilam Kencana (2020) dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Service Di Dealer Honda Wahana Ciputat. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya kualitas pelayanan dan harga secara simultan memiliki kemampuan menjelaskan variabel kepuasan pelanggan.

Rina Sri Dewi (2019) dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Suracojaya Abadi Motor Cabang Batua Raya Makassar. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Suracojaya Abadi Motor Cabang Batua Raya Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di perusahaan PT. Suracojaya abadi motor cabang batua raya Makassar.

Putri Utari (2019) dalam penelitian yang berjudul Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Gowata Sakti motor. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan kepuasan pelanggan pada bengkel gowata sakti motor. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependent yaitu kepuasan pelanggan.

Intan Fisna Mayasari (2016) dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Dealer Putra Rinjani Kabupaten Tulungagung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel bebas yaitu harga, kualitas produk, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Model Penelitian



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Sumber: Kajian teori, 2021

H₁: Diduga Harga Dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen.

H₂: Diduga Harga Berpengaruh Secara Positif Terhadap Kepuasan Konsumen.

H₃: Diduga Kualitas Pelayanan Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif kuantitatif. Rumusan masalah asosiatif kuantitatif adalah suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Populasi, Sampel, Dan Teknik Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah 490 responden dari konsumen dealer yamaha di kecamatan wanea dan melalui google form dari konsumen dealer yamaha di kecamatan wanea. Yang terbagi dari konsumen dealer 40 responden dan 60 responden dari google form untuk konsumen dealer yamaha, dan menjadi 100 responden yang digunakan dalam penelitian ini. Untuk menentukan berapa besar jumlah sampel sebagai wakil populasi, peneliti menggunakan pedoman rumus Slovin. Teknik pengambilan sampel menggunakan *sampling purposive*.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah kuesioner. Sugiyono (2014) kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara peneliti memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan yang tertulis untuk dijawab oleh responden.

Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, uji asumsi klasik, regresi linier berganda dan uji hipotesis F dan t serta analisis koefisien korelasi dan determinasi.

Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara 2 atau lebih variabel independen (X_1 , X_2) dengan variabel dependen (Y), yang akan dianalisis menggunakan SPSS versi 25.

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon_t$$

Keterangan:

- a = Konstanta
- $\beta_{1,2}$ = Koefisien regresi untuk X_1 dan X_2
- ε = Standar error
- Y = Kepuasan Konsumen
- X_1 = Harga
- X_2 = Kualitas Pelayanan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig	Status	Cronbach Alpha	Status
Harga	X _{1.1}	0.611	0.195	0.000	Valid	0.479	Reliabel
	X _{1.2}	0.703	0.195	0.000	Valid		Reliabel
	X _{1.3}	0.656	0.195	0.000	Valid		Reliabel
	X _{1.4}	0.531	0.195	0.000	Valid		Reliabel
Kualitas Pelayanan	X _{2.1}	0.743	0.195	0.000	Valid	0.732	Reliabel
	X _{2.2}	0.767	0.195	0.000	Valid		Reliabel
	X _{2.3}	0.777	0.195	0.000	Valid		Reliabel
	X _{2.4}	0.647	0.195	0.000	Valid		Reliabel
	X _{2.5}	0.533	0.195	0.000	Valid		Reliabel

Kepuasan Konsumen	Y_{1.1}	0.780	0.195	0.000	Valid	0.767	Reliabel
	Y _{1.2}	0.715	0.195	0.000	Valid		Reliabel
	Y _{1.3}	0.737	0.195	0.000	Valid		Reliabel
	Y _{1.4}	0.448	0.195	0.000	Valid		Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS 25 (2021)

Tabel 1, menunjukkan bahwa nilai signifikan untuk setiap pernyataan adalah $< \alpha$ yaitu 0,05 dan r hitung $> r$ tabel maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan pada variabel Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Kepuasan Konsumen (Y) dinyatakan valid. Nilai alpha cronbach untuk setiap pernyataan $> 0,7$ maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.40079196
Most Extreme Differences	Absolute	0.069
	Positive	0.052
	Negative	-0.069
Test Statistic		0.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Gambar 2. Uji Asumsi Klasik Normalitas

Sumber: Data Olahan SPSS 25 (2021)

Gambar 2, menunjukkan bagian Sig. dengan nilai sebesar 0,200, artinya nilai tersebut lebih besar dari 0.05. $0,200 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal atau memenuhi syarat uji normalitas.

Uji Multikolinieraritas

Tabel 2. Uji Multikolinieraritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Harga	0,649	1,540
	Kualitas Pelayanan	0,649	1,540

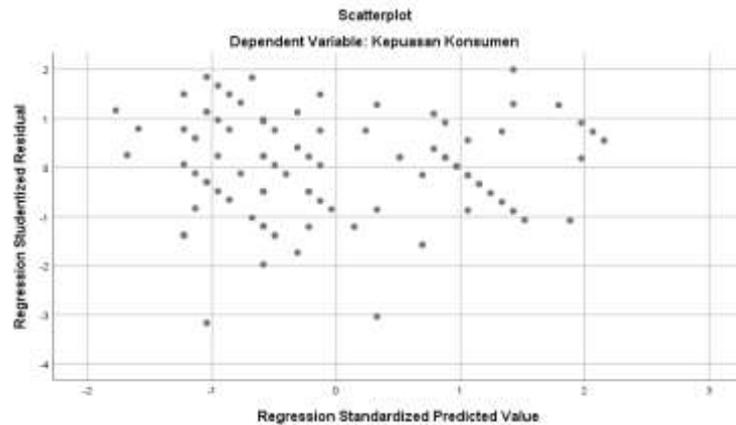
Sumber: Data Olahan SPSS 25 (2021)

Berdasarkan tabel 2, maka dapat dilihat bahwa nilai VIF untuk semua variabel independen tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance semua variabel independen juga lebih dari 0,1. Berdasarkan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari bauran promosi dan kualitas pelayanan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastis

Gambar 3. Uji Heteroskedastis

Berdasarkan hasil output SPSS di dibawah dapat disimpulkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 3. Uji Heterokedastisitas
 Sumber: Data Olahan SPSS 25 (2021)

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	1,588	0,793	
Harga (X ₁)	0,252	0,067	0,216
Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,505	0,039	0,747

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data Olahan SPSS 25 (2021)

Persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$(Y) = 1,588 + 0,252 X_1 + 0,505 X_2$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

1. β_1 (nilai koefisien X₁) sebesar 0,252 dan bertanda positif, mempunyai arti bahwa dengan Harga yang meliputi Kesesuaian Harga dan Kualitas Produk, Kesesuaian Harga dan Manfaat, Harga bersaing, Kesesuaian Harga dan Bersaing maka nilai Kepuasan Konsumen akan meningkat.
2. β_2 (nilai koefisien X₂) sebesar 0,505 dan bertanda positif, mempunyai arti bahwa dengan Kualitas Pelayanan yang meliputi *Tangibel* (Berwujud), *Reability* (Keandalan), *Responsive* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), dan *Empathy* (Empati) maka nilai Kepuasan konsumen akan meningkat.

Uji F (Simultan)

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	754,740	2	377,370	188,433	.000 ^b
Residual	194,260	97	2,003		
Total	949,000	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X₂), Harga (X₁)

Sumber: Data Olahan SPSS 25 (2021)

Hasil dari pengujian diatas diperoleh nilai signifikansi untuk pengaruh Harga (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) Secara Simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ dan F hitung $188,433 > F$ tabel 3,09, sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Koefisien Korelasi Determinasi**Tabel 5. Model Summary**

Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi (R²)				
Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 ^a	0,795	0,791	1,41516

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X₂), Harga (X₁)

Sumber: Data Olahan SPSS 25 (2021)

Berdasarkan tabel 5, dapat dilihat bahwa koefisien korelasi antara variabel independen dan variabel dependen sebesar 0.892. Koefisien korelasi bertanda positif artinya korelasi yang terjadi antara Harga dan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen searah, dimana semakin besar kedua variabel bebas maka akan di ikuti oleh semakin besarnya variabel terikat. Nilai Koefisien Determinasi yang ditunjukkan oleh nilai R Square sebesar 0,795, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X₁ dan X₂ secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 79,5% dan sisanya sebesar 20,5% adalah variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan**Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, sehingga rumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini dapat diselesaikan. Hipotesis 1 (H₁) yang menyatakan Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dinyatakan diterima atau terbukti dan berdasarkan uji hipotesis 1 diperoleh hasil F hitung lebih besar dari pada F tabel yaitu = (188,433 > 3,09) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima, yang berarti bahwa variabel Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan hasil studi terdahulu yang dilakukan oleh Putri Nilam Kencana (2020) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Jasa Service di Dealer Honda Wahana Ciputat.

Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga rumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini dapat diselesaikan. Hipotesis kedua (H₂) yang menyatakan harga secara Parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dinyatakan diterima atau terbukti. Berdasarkan uji hipotesis 2 diperoleh hasil t hitung lebih besar dari pada t tabel yaitu = (3,787 > 1,984) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,216 sehingga disimpulkan bahwa hipotesis 2 diterima, yang berarti bahwa variabel Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini yang berarti Harga merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen. Dengan Harga yang menarik maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen Dealer.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan hasil studi terdahulu yang dilakukan oleh Indah Dwi Kurniashi (2012) dengan hasil penelitian menunjukkan secara bersama kualitas produk, harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan bengkel motor dan secara parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel ahaass 0002- Astra Motor Siliwangi Semarang.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, sehingga rumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini dapat diselesaikan. Hipotesis ketiga (H₃) yang menyatakan Kualitas Pelayanan secara Parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dinyatakan diterima atau terbukti. Berdasarkan uji hipotesis 3 diperoleh hasil t hitung lebih besar dari pada t tabel yaitu = (13,102 > 1,984) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,747 sehingga disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima, yang berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini yang berarti Kualitas Pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan hasil studi terdahulu yang dilakukan oleh Intan Fisna Mayasari (2016) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial bahwa semua variabel bebas yaitu adalah harga, kualitas produk, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dealer putra rinjani tulungagung.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara Simultan diketahui Harga dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer Yamaha di Kecamatan Wanea.
2. Secara parsial diketahui bahwa Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer Yamaha di Kecamatan Wanea.
3. Secara parsial diketahui bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer Yamaha di Kecamatan Wanea.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, peneliti memberikan saran yang diharapkan mampu menjadi penambah informasi bagi pihak yang perusahaan, antara lain:

- Diharapkan Yamaha dapat meningkatkan, mengembangkan, dan mengelolah dengan baik harga yang dilakukan selama ini, sehingga lebih meningkatkan jumlah kepuasan konsumen dealer yamaha di kecamatan wanea.
- Diharapkan dealer yamaha dapat mempertahankan kemantapan pelanggan dalam memilih produk di dealer sebagai tempat pilihan utama pelanggan dalam menentukan.
- Pihak dealer diharapkan memperhatikan kualitas pelayanannya dengan rata-rata jawaban responden lebih kecil dari harga khususnya indikator yang berkaitan dengan daya tanggap karyawan atau responsive.
- Di PT. Hasjrat Abadi hendaknya tetap meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen agar kepuasan konsumen selalu tercapai. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan seperti penyampaian informasi dengan baik, kecepatan pelayanan, ketepatan penanganan transaksi, customer service yang melayani keluhan dengan baik dan cepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, R. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Suracojaya Abadi Motor. https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/8969-Full_Text.pdf. Diakses 25 Maret 2021
- Fandy Tjiptono. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Irawan (2008:3) *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Kencana, P. N., & Kasdiyo, K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Service Di Dealer Honda Wahana Ciputat. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 26-37. <http://www.jurnalmandiri.com/index.php/mandiri/article/view/106>. Diakses 25 Maret 2021
- Kotler & Armstrong (2010). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2 Edisi. Kedua Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. (2013). *Manajemen Pemasaran (Edisi Ketiga Belas, Jilid 1)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler. K., (2016). *Manajemen Pemasaran (Edisi Ketiga Belas, Jilid 2)*. Jakarta: Penerbit Kharisma.
- Kurniasih, I. D. (2012). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi Pada Bengkel Ahass 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 37-45. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/janis/article/view/4316>.

Mayasari, I. F. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dealer Putra Rinjani Kabupaten Tulungagung. http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2016/12.1.02.02.0079.pdf. Diakses 25 Maret 2021

Sedjati (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.

Sugiyanto (2011) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung.

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

Tjiptono, F. dan Chandra (2016). *Service Quality*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Utari, P. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Gowata Sakti Motor* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar). <http://eprints.unm.ac.id/13996/>. Diakses 25 Maret 2021

