



## Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer Honda Sinar Wijaya Motor Kediri

Rahmad Pancipta Sukma<sup>1\*</sup>, Ahmad Jauhari<sup>2</sup>, Brahma Wahyu Kurniawan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kediri

Korespondensi penulis : [rahmadpancipientasukma@gmail.com](mailto:rahmadpancipientasukma@gmail.com)\*

**Abstract.** *The purpose of this study is to ascertain how customer satisfaction at the Honda Sinar Wijaya Motor Kediri dealer is impacted by factors such as location, pricing, and service quality. Quantitative research is what this kind of study is. Primary and secondary data are the methods of data collecting that are employed. At the Honda Sinar Wijaya Motor Kediri Dealer, 77 respondents provided samples for the study through the use of the incidental sampling technique. Literature reviews, interviews, and questionnaires were used to gather the research data. Multiple linear regression analysis is the method of analysis that is employed. The t-test of the service quality variable showed a significant partial influence on customer satisfaction with a sig result of  $0.001 < 0.05$ , and the study's multiple linear regression equation was  $Y = 19,414 + 0.375X1 + 0.521X2 + 0.291X3$ . With a sig value of  $0.001 > 0.05$ , price has a strong partial impact on customer satisfaction. With a sig. value of  $0.017 > 0.05$ , location has a strong partial impact on customer satisfaction. With a significance value of  $0.000 < 0.05$ , the F test yielded the F count result. According to the analysis's findings, customer satisfaction at the Honda Sinar Wijaya Motor Kediri Dealer is significantly impacted by pricing, location, and service quality all at the same time.*

**Keywords:** *Service quality, Price, Location and Purchasing Decision*

**ABSTRAK.** Uji t variabel kualitas pelayanan menunjukkan adanya pengaruh parsial yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil sig sebesar  $0,001 < 0,05$  dan persamaan regresi linier berganda penelitian ini adalah  $Y = 19.414 + 0,375X1 + 0,521X2 + 0,291X3$ . Dengan nilai sig sebesar  $0,001 > 0,05$  maka harga berpengaruh parsial kuat terhadap kepuasan pelanggan. Dengan nilai sig sebesar  $0,017 > 0,05$  maka lokasi berpengaruh parsial kuat terhadap kepuasan pelanggan. Dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka uji F menghasilkan hasil F hitung. Berdasarkan hasil analisis, kepuasan pelanggan di Dealer Honda Sinar Wijaya Motor Kediri dipengaruhi secara signifikan oleh harga, lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama. Dengan nilai sig  $0,001 < 0,05$  persamaan regresi linier berganda penelitian ini menghasilkan  $Y = 19,414 + 0,375X1 + 0,521X2 + 0,291X3$  dan uji t variabel kualitas pelayanan menunjukkan adanya pengaruh parsial yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan nilai sig  $0,001 > 0,05$  harga berpengaruh parsial kuat terhadap kepuasan pelanggan. Dengan nilai sig  $0,017 > 0,05$  lokasi berpengaruh parsial kuat terhadap kepuasan pelanggan. Dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  uji F menghasilkan hasil F hitung. Berdasarkan hasil analisis, kepuasan pelanggan di Dealer Honda Sinar Wijaya Motor Kediri dipengaruhi secara signifikan oleh harga, lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama.

**Kata kunci:** Kualitas pelayanan, Harga, Lokasi dan Keputusan Pembelian

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini berjalan dengan sangat pesat, terutama dalam bidang kendaraan seperti sepeda motor, mobil, pesawat, dan lain-lain. Di Indonesia, salah satu topik yang paling menarik untuk di bahas adalah kemajuan teknologi di sektor kendaraan bermotor. Penjualan kendaraan bermotor, khususnya sepeda motor, mengalami lonjakan pesat. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan masyarakat Indonesia yang lebih memilih sepeda motor karena lebih efisien dalam menghadapi kemacetan lalu lintas yang sering terjadi.

Salah satu faktor kunci dalam meraih kesuksesan di dunia bisnis adalah pemahaman terhadap konsumen. Konsumen adalah individu yang memanfaatkan barang atau jasa yang tersedia. Setiap konsumen cenderung mencari produk yang sesuai dengan kebutuhannya untuk memperoleh kepuasan. Menurut Erlinda dan Kurniawan (2020:05), kepuasan konsumen adalah proses psikologis yang berperan penting dalam memahami bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian.

Penelitian ini dilaksanakan di Dealer Honda Sinar Wijaya Motor Kediri, yang berlokasi di Jl. Kartini No.105, Plemahan, Wonokerto, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri.

Dalam dunia bisnis di era globalisasi saat ini, pelaku usaha dituntut untuk memiliki keunggulan agar dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat dengan pesaing lainnya. Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen terhadap barang yang dibeli, konsumen cenderung mempertimbangkan berbagai faktor, di antaranya adalah kualitas pelayanan, harga, dan lokasi.

Salah satu faktor yang berperan penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Menurut Rasyid (2017:212), kualitas layanan mencerminkan penilaian konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, berdasarkan pada ekspektasi dan harapan konsumen terhadap pelayanan tersebut. Kualitas pelayanan yang baik sangat penting untuk memenuhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul: **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer Honda Sinar Wijaya Motor Kediri"**.

## **2. LANDASAN TEORI**

### **Kualitas Pelayanan**

Mauludin (2018:67) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat perbedaan antara keinginan pembeli dan kenyataan yang mereka dapatkan dari manfaat yang diberikan. Sementara itu, Kotler (2016) menyatakan bahwa manfaat adalah setiap bentuk kegiatan atau tindakan yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan apa pun.

### **Harga**

Swastha dan Irawan (2014:22) mengungkapkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang diperlukan untuk memperoleh kombinasi produk dan pelayanan yang ditawarkan. Kotler dan Keller (2016:345) menjelaskan bahwa harga secara sempit adalah nilai yang dibebankan pada suatu produk atau jasa, namun secara lebih luas, harga adalah sejumlah nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari penggunaan atau kepemilikan produk atau jasa tersebut.

### **Lokasi**

Menurut Ma'ruf (2016:115), pemilihan lokasi yang tepat oleh suatu gerai dapat meningkatkan peluang keberhasilannya, bahkan dibandingkan dengan pesaing yang menawarkan produk serupa. Kotler dan Armstrong (2018:51) mengartikan lokasi sebagai segala kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual mudah dijangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, serta bagaimana produk atau layanan tersebut dapat disampaikan kepada konsumen melalui lokasi yang strategis.

### **Kepuasan Konsumen**

Tjiptono (2015:146) memperjelas kepuasan konsumen sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara harapan konsumen dengan hasil yang diterima dari produk atau jasa. Sunyoto (2015:140) menambahkan bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Jika konsumen merasa puas dengan produk yang diperoleh, mereka cenderung akan terus membeli produk tersebut, menggunakan jasa yang sama, dan merekomendasikan pengalaman positif mereka kepada orang lain.

### **3. METODE PENELITIAN**

#### **Ruang Lingkup Penelitian**

Dalam sebuah penelitian, untuk memastikan konsistensi dan menghindari pembahasan yang melenceng dari topik utama, penting untuk menetapkan batasan-batasan yang jelas. Batasan-batasan tersebut bertujuan agar pembahasan tetap fokus.

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data yang relevan dengan penelitian ini, peneliti memakai beberapa Teknik pengumpulan data, di antaranya:

1. Wawancara
2. Observasi
3. Kuesioner
4. Studi kepustakaan

#### **Teknik Analisis**

##### **Uji Validitas**

Uji validitas dengan bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud. Menurut Ghozali (2016:51), kuesioner dianggap valid jika pertanyaannya dapat mengungkapkan maksud yang ingin diukur. Pengujian validitas dilakukan menggunakan metode Pearson correlation, dengan kriteria hasil yang valid jika  $p\text{-value} \leq 0,05$ .

##### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dipakai untuk menilai konsistensi atau stabilitas kuesioner jika digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama. Reliabilitas diuji dengan menggunakan nilai Cronbach's alpha, yang dianggap reliabel jika nilai Cronbach alpha lebih dari 0,70 (Ghozali, 2016:48).

##### **Uji Asumsi Klasik**

###### **1. Uji Normalitas**

Uji ini dilakukan untuk memeriksa apakah data terdistribusi secara normal. Menurut Ghozali (2016:154), uji normalitas menggunakan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data dianggap terdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk memeriksa adanya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Ghazali (2016:103) menyatakan bahwa regresi yang baik tidak menunjukkan multikolinearitas antar variabel independen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Jika Tolerance > 0,10 dan VIF < 10, maka model dianggap bebas dari multikolinearitas.

## 3. Uji Linieritas

Menurut Ghazali (2016:159), uji linieritas digunakan untuk menentukan apakah hubungan antara variabel independen dan dependen bersifat linear. Jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, hubungan antar variabel dianggap linear.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari dua variabel independen terhadap variabel dependen. Model persamaan yang digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana

Y = Kepuasan Pelanggan

a = konstanta

B<sub>1-2</sub> = koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Kepuasan Pelanggan

X<sub>2</sub> = Harga

X<sub>3</sub> = Lokasi

e = Standart eror

### Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) dipergunakan untuk mengukur seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen secara simultan. Nilai R<sup>2</sup> berkisar antara 0 hingga 1 (0 < R<sup>2</sup> < 1). Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas, sementara nilai R<sup>2</sup> yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen dapat menjelaskan hampir seluruh variasi pada variabel dependen (Ghozali, 2016:65).

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Hasil Penelitian

##### Uji Validitas

Hasil uji validitas pada instrumen penelitian (survei) menunjukkan bahwa nilai hubungan likelihood [sig. (2-tailed)] untuk masing-masing variabel berada di bawah 0,05, maka survei tersebut dapat dikatakan valid.

##### Uji Reliabilitas

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	0,748
Lokasi (X <sub>2</sub> )	0,706
Harga (X <sub>3</sub> )	0,740
Kepuasan Konsumen (X <sub>4</sub> )	0,678

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa hasil nilai Cronbach's alpha dari faktor-faktor tersebut > 0,60 sehingga indikator atau survei dari ketiga faktor tersebut solid atau layak dipercaya.

##### Uji Asumsi Klasik

##### Uji Normalitas

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test**

Variabel	Asym.Sig (2-tailed)
Kualitas pelayanan (X <sub>1</sub> ), Harga (X <sub>2</sub> ), Lokasi (X <sub>3</sub> ), Kepuasan konsumen (Y)	0,621

Sumber : Data diolah SPSS 16.0 2023

Berdasarkan hasil tabel uji keteraturan variabel, hasil untuk faktor kualitas manfaat, biaya, dan lokasi, serta kepuasan pelanggan masing-masing adalah 0,621 lebih besar dari 0,05 sehingga dikatakan tersebar terdistribusi secara terurut.

## Uji Multikolinearitas

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> ).	0.129	7.738
Lokasi (X <sub>2</sub> )	0.151	6.606
Harga (X <sub>3</sub> )	0.309	3.233

Sumber : Data diolah SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa uji korelasi antar faktor independen tidak terdapat hubungan atau multikolinearitas dimana faktor kualitas layanan (X<sub>1</sub>), lokasi (X<sub>2</sub>) dan biaya (X<sub>3</sub>) memiliki nilai koefisien regresi lebih besar dari 0,1 dan memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10,0, maka pada pengujian ini tidak terjadi masalah multikolinearitas, artinya tidak terdapat hubungan antar faktor independen.

## Uji Linieritas

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Linieritas**

Variabel	<i>Defiation from Linearity</i>
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	0.392
Lokasi (X <sub>2</sub> )	0.484
Harga (X <sub>3</sub> )	0,112

Sumber : Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4, dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>), lokasi (X<sub>2</sub>) dan biaya (X<sub>3</sub>) memiliki hubungan langsung terhadap perolehan pilihan (Y) dengan nilai sig. Deviasi dari Linearitas masing-masing lebih besar dari > 0,05.

## Analisis Regresi Linier Berganda

Berbagai pengujian relaps langsung digunakan untuk memutuskan pengaruh antara faktor independen yang terdiri dari kualitas manfaat (X<sub>1</sub>), lokasi (X<sub>2</sub>), dan biaya (X<sub>3</sub>) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan untuk melihat hasil pengujian spekulasi yang diusulkan dalam tabel berikut:

**Tabel 5**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel	Regresi (B)	t hitung	Sig-t	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	0,375	3,461	0,001	Ha1 diterima
Harga (X <sub>2</sub> )	0,521	3,458	0,001	Ha2 diterima
Lokasi (X <sub>3</sub> )	0,291	2,450	0,017	Ha3 diterima
Konstanta (a)		19,414		
Nilai Korelasi (R)		0,932		
Nilai Koefisien Determinan (R <sup>2</sup> )		0,868		
Fhitung		160.217		
Signifikansi F		0,000		
Y		Kepuasan Konsumen		

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 5 hasil dari Uji Relapse Lurus Berganda pada renungan ini, maka dapat disusun kondisi relaps sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 19,414 + 0,375X_1 + 0,521X_2 + 0,291X_3$$

Kondisi relaps di atas tampak bahwa:

- a. Nilai konstan (19,414) menunjukkan bahwa jika Kualitas Layanan (X<sub>1</sub>) dan Biaya (X<sub>2</sub>), Lokasi (X<sub>3</sub>) memiliki nilai konstan, maka Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai (19,414).
- b. Koefisien Kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) sebesar 0,375 bertanda positif, artinya apabila variabel Kualitas Manfaat (X<sub>1</sub>) naik satu satuan, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan naik 0,375 dengan catatan faktor-faktor lainnya tetap.
- c. Koefisien lokasi (X<sub>1</sub>) sebesar 0,521 bertanda positif, artinya apabila variabel Area (X<sub>1</sub>) naik satu satuan, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan naik 0,521 dengan catatan faktor-faktor lainnya tetap.
- d. Koefisien harga (X<sub>1</sub>) sebesar 0,291 bertanda positif, artinya apabila variabel Biaya (X<sub>1</sub>) naik satu satuan, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan naik 0,291 dengan catatan faktor-faktor lainnya tetap.

### Uji t

Ghozali (2016) Uji t bertujuan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan tabel 5 di atas, untuk menguji hipotesis awal dengan pengujian uji t, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Nilai probabilitas kualitas layanan (X1) nilai sig 0,001, nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 dari hasil tersebut tampak bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas layanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan.

Nilai probabilitas lokasi (X2) nilai sig 0,001, nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 dari hasil tersebut tampak bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi (X2) terhadap kepuasan pelanggan.

Nilai probabilitas harga (X3) nilai sig 0,017, nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 dari hasil tersebut tampak bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel biaya (X2) terhadap kepuasan pelanggan.

### **Uji F**

Uji teori konkuren (uji F) bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel independen. Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 5 di atas, terlihat bahwa nilai signifikansi F adalah 0,000.

### **Koefisien Determinasi**

Senada dengan Ghozali (2016:65) Uji Koefisien Kepastian (Uji R<sup>2</sup>) menunjukkan derajat sejauh mana faktor bebas dapat menjelaskan keragaman faktor bawahan secara bersamaan. Nilai koefisien keyakinan ini berada di antara nol dan satu (0).

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen, dengan hasil analisis uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,001, yang lebih rendah dari ambang batas kritis 0,05.
2. Lokasi juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai signifikansi uji t yang tercatat sebesar 0,001, yang lebih kecil dibandingkan nilai batas kritis 0,05.
3. Harga turut memengaruhi kepuasan konsumen, berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi 0,017, yang lebih kecil dari batas kritis 0,05.

## **Saran**

Berdasarkan hasil penyelidikan dan kesimpulan yang telah ditampilkan, analis dapat menyampaikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Saran bagi perusahaan  
Perusahaan harus terus menjaga kualitas layanan, lokasi, dan biaya dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan
2. Saran bagi analis pendukung  
Untuk analis pendukung, disarankan untuk memasukkan faktor-faktor lain seperti kemajuan, kualitas barang, dan lain-lain yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dan agar pemikiran ini dapat memperoleh hasil yang jauh lebih baik.

Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Erlinda, L., & Kurniawan, P. H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Duta Karya Indo Perkasa Batam. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 6.
- Fandy Tjiptono, Ph.D. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Irawan. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler. K., (2016). *Manajemen Pemasaran (Edisi Ketiga Belas, Jilid 2)*. Jakarta: Penerbit Kharisma.
- Lina Sari Situmeang (2017) ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan’, *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), pp. 1689–1699.
- Ma’ruf. (2016). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Manullang dan Hutabarat. (2016). *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Mardo. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa (Cetakan 1; Sartono, ed.)*. Yogyakarta: deepublish.
- Pelayanan, P. K. and Terhadap, D. A. N. L. (2017) ‘231639-Pengaruh-Kualitas-Pelayanan-Harga-Dan-Lo-D287B40D’, pp. 1–9.
- Sedjati (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.

Swastha, B., &Irawan. (2014). Manajemen Pemasaran Modern Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Liberty.

Taupik Ismail (2021) ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung’, Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi), 5(1), pp. 1124–1135.

Tjiptono, F & Chandra, G. (2016). Service, Quality, dan Satisfaction.Edisi ke 4. Penerbit ANDI : Yogyakarta.