

Kepuasan Pelanggan MPM Motor Honda diukur melalui Kualitas Layanan, Harga, dan Fasilitas

Farryan Maharfian¹, Sujani²

^{1&2}Universitas Wijaya Putra

e-mail: 19012013@student.uwp.ac.id

Abstract: *This study aims to examine and analyze the influence of motorcycle service quality, price and facilities on customer satisfaction at MPM Honda motorcycle dealers in Ngagel, Surabaya. This research is an explanatory research to examine the effect of one or more independent variables on the dependent variable. The target of the analysis in this study is the customer in the workshop. Data collection was carried out using a questionnaire which was distributed to respondents via the Google form. The sampling technique used was sampling Insidental by giving questionnaires to 61 customers who were met during the study. Next, the data were analyzed using the SPSS statistical tool. The results show that service quality and price have no effect on customer satisfaction. While facilities have a significant effect on customer satisfaction. In addition, service quality, price and facilities simultaneously have a significant influence on customer satisfaction.*

Keywords: *Motorcycle Service Quality, Price, Facilities, Customer Satisfaction*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan service motor, harga dan fasilitas untuk kepuasan pelanggan dealer MPM motor Honda di Ngagel Kota Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan untuk menguji pengaruh satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Sasaran analisis dalam penelitian ini adalah pelanggan di bengkel. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden melalui google form. Teknik sampling yang digunakan sampling Insidental dengan memberikan kuesioner kepada 61 pelanggan yang ditemui selama penelitian berlangsung. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan alat statistik SPSS. Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu kualitas layanan, harga dan fasilitas secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan Service Motor, Harga, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Persaingan yang semakin ketat terjadi pada dunia otomotif khususnya produk sepeda motor karena produk ini merupakan alat transportasi darat yang paling dominan dimiliki dan dibutuhkan oleh masyarakat untuk beraktivitas sehari-hari, sepeda motor memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan kendaraan transportasi lainnya yaitu biaya perawatan dan biaya operasional kendaraan yang relatif lebih murah, selain itu harga kendaraan bermotor juga relatif terjangkau sehingga setiap tahunnya jumlah kepemilikan kendaraan bermotor mengalami peningkatan. Salah satunya adalah perusahaan honda sebagai pemimpin pasar dalam industri otomotif kendaraan roda dua

di Indonesia (Wibisono dan Achsa, 2021;100).

Berbagai macam upaya yang dilakukan perusahaan honda untuk menarik minat konsumen sehingga konsumen merasa puas, diantaranya adalah dengan memberikan hasil produk yang berkualitas, pelayanan terhadap kebutuhan konsumen dan perlunya tinjauan terhadap harga pula penting, lantaran setiap harga yg ditetapkan perusahaan akan menyebabkan taraf permintaan yang bertambah. Dengan kata lain, kepuasan konsumen merupakan hal penting dalam menarik dan menjaga kesetiaan konsumennya. Perusahaan Honda dituntut buat selalu menjaga rasa percaya konsumen menggunakan cara meningkatkan kualitas pelayanan dealer (Sigar et al, 2021;555).

Kualitas pelayanan akan jasa adalah faktor utama yang dapat memengaruhi kepuasan terhadap pelanggan. Perhatian terhadap kepentingan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci utama untuk keberhasilan usaha di tengah iklim persaingan yang semakin ketat. Perusahaan juga dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya, karena kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan pelanggan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sigar *et al*, (2021;554) dan Armaniah *et al*, (2019;72) menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan jasa service motor dengan kepuasan pelanggan, salah satunya adalah keahlian pada karyawan yang sedang bekerja, kurangnya pengetahuan, bahkan acuh tanpa bertanya apa permasalahan yang ada pada motor yang sedang dikerjakan, menyebabkan kerugian yang cukup besar bagi pelanggan. Selain itu pelayanan yang kurang cepat dan tanggap akan tugasnya.

Perusahaan MPM motor Honda adalah perusahaan terbesar yang ada di Indonesia. Dealer yang tersedia di Jl. Ngagel Jaya adalah dealer resmi milik MPM motor Honda Surabaya yang bergerak dibidang jasa service motor dan penjualan sepeda motor. Sehingga permasalahan yang dialami dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik terdapat pada sumber daya manusianya sendiri, sebab jika suatu SDM tidak memiliki kompetensi dan pengetahuan yang tinggi dapat menyebabkan buruknya kualitas pelayanan, begitupun sebaliknya (Armaniah et al, 2019;72).

Fasilitas adalah atribut yang paling utama dalam usaha dibidang jasa. Fasilitas adalah kenyamanan yang di rasakan secara langsung oleh konsumen saat menunggu antrian atau pelayanan yang sedang dikerjakan oleh perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Sehingga adanya fasilitas dapat memengaruhi terhadap kualitas jasa pada konsumen (Tjiptono, 2014;560). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh William dan Purba, (2020;1995) dan Maydiana (2019;450) terdapat pengaruh fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada bengkel Mazda di kota Batam yang mana artinya bahwa, semakin banyak fasilitas yang tersedia di perusahaan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Sehingga untuk menunjang kepuasan pelanggan, sedangkan dealer MPM motor Honda di Jl. Ngagel Surabaya khususnya tempat service menyediakan berbagai fasilitas – fasilitas antara lain : Ruang tunggu dilengkapi tempat duduk, lahan parkir yang kurang luas. Apakah fasilitas yang disediakan oleh dealer MPM motor Honda di Jl. Ngagel Jaya khususnya tempat service memadai dan mencukupi sehingga akan memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Perusahaan Honda ingin memberikan harga yang tepat sesuai daya jasa service motor pelanggan menentukan besarnya permintaan pada pelanggan dan pada akhirnya memengaruhi puas tidaknya pelanggan dengan harga produk yang ditawarkan perusahaan, selain itu mengingat ada banyak faktor yang memengaruhi pelanggan untuk tetap memakai jasa service motor Honda di dealer resmi MPM diantaranya adalah kualitas layanan dan harga yang tepat, agar seseorang pelanggan yang puas lebih

mungkin untuk menggunakan jasa kembali (Pravitasari dan Khulud, 2021;2). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Utari, 2014;9) dan Pravitasari dan Khulud (2021;11) menyatakan bahwa terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada apotek Yakersuda Bangkalan yang mana artinya bahwa, harga yang sesuai standart dan tidak melebihi lebihkan sesuai dengan standart jasa yang ada.

Berdasarkan latar belakang diatas dapat diketahui tujuan penelitian ini yaitu untuk menegtahui pengaruh kualitas layanan service motor, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dealer MPM motor Honda di Jl. Ngagel Jaya Surabaya.

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan tentang tingkat kualitas layanan service motor, harga, fasiltas dan kepuasan pelanggan, untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel pengaruh kualitas layanan service motor, fasilitas dan harga secara persial terhadap kepuasan pelanggan, untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel pengaruh kualitas layanan service motor, harga dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan pelanggan dealer MPM motor honda di Ngagel Surabaya.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2019;121) kepuasan pelanggan adalah keadaan dimana pelanggan yang menggunakan jasa service merasa senang karena terpenuhi harapannya, adapun indikator-indikatornya meliputi: Barang atau jasa berkualitas, Relationship marketing, Program promosi loyalitas (Tjiptono dikutip Sugiyono, 2022;111)

Kualitas layanan

Menurut Tjiptono (2019;246) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Parasuraman & Berry, Dikutip Sugiyono (2022;110) kualitas layanan diyakini memiliki 10 (sepuluh) dimensi, yaitu *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Competence, Couresy, Credibility, Security, Access, Communication and Understanding the Customer.*

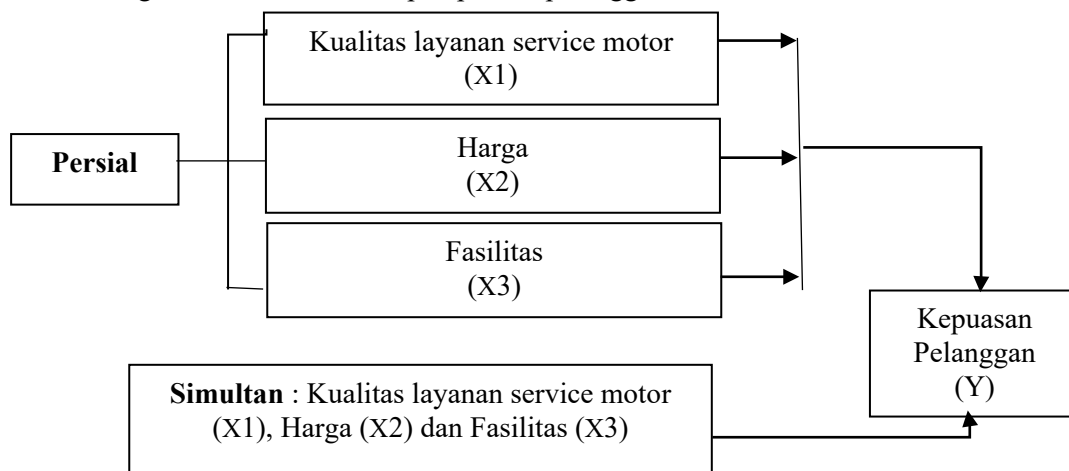
Harga

Menurut Rizal (2020;192) menyatakan bahwa harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi produk dan pelayanan. Strategi dan kebijakan menetapkan harga terdapat 2 faktor: (1) faktor-faktor yang memengaruhi harga ada 7 yakni: Biaya, permintaan, persaingan, pengalaman, persepsi pelanggan, lokasi, tujuan penetapan harga; (2) faktor-faktor yang dipengaruhi harga ada 6 yakni: volume pelayanan jasa, pendapatan pelayanan, pangsa pasar, posisi bersaing, citra perusahaan dan profitabilitas.

Fasilitas

Menurut Tjiptono (2019;21) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas untuk jasa service motor dealer meliputi : ruang tunggu yang nyaman dilengkapi tempat charge hp atau laptop, ruang pelayanan, tersedia tempat parkir, kebersihan dan kerapihan.

Kerangka konseptual dibawah ini menjelaskan tentang pengaruh kualitas layanan service motor, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dealer MPM motor honda di Surabaya.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Berdasarkan gambar diatas penelitian ini berfokus pada pelayanan jasa service motor Honda pada dealer MPM motor Honda di Surabaya. Terdapat 3 variabel X atau variabel bebas yaitu X1 Kualitas Layanan Service Motor, X2 Harga dan X3 Fasilitas, 3 variabel tersebut akan diteliti secara persial dan simultan terhadap variabel Y atau variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan kuantitatif dengan pengumpulan data, Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain kolerasi regresi berganda dengan *explanatory research* yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan atau pengaruh antara variable bebas terhadap variable terikat. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* yaitu *sampling Insidental* dimana pengambilan sampel diambil berdasarkan kebetulan (Sugiyono, 2022;85). Variabel dalam penelitian ini ada variabel bebas yaitu kualitas layanan service motor, harga dan fasilitas. Sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan pelangga.

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 72 orang yang berasal dari dealer resmi milik MPM (PT. Mitra Pinasthika Mustika Tbk) yang berada di Jl. Ngagel Jaya motor Honda yang berjumlah 12. Yang mana pada hari jum'at dealer resmi libur. Sehingga populasi pada penelitian ini berjumlah 12 pelanggan X 6 hari (1 minggu) = 72 pelanggan/minggu. Sedangkan sampel berdasarkan rumus:

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

$$n = \frac{72}{1 + (72 \times 0,0025)}$$

$$n = \frac{72}{1,18}$$

$$n = 61,016 \text{ Pelanggan}$$

Jadi dapat disimpulkan bahwa sampel penelitian jika dibulatkan menjadi 61 pelanggan

Adapun pengukuran yang digunakan untuk mengukur tanggapan responden adalah skala Likert. Responden diminta mengisi pernyataan dalam skala ordinal berbentuk verbal dalam jumlah 5 kategori. Jadi dengan Skala Likert di gunakan 5 (lima)

pilihan jawaban untuk setiap pernyataan. Skor bergeser antara nilai 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju).

Persamaan umum dari garis korelasi regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

- Y = Variabel Kepuasan Pelanggan
- a = Bilangan Konstanta
- b1 = Koefisien Regresi Kualitas layanan
- b2 = Koefisien Regresi Harga
- b3 = Koefisien Regresi Fasilitas
- X1 = Variabel Kualitas Layanan
- X2 = Variabel Harga
- X3 = Variabel Fasilitas
- ei = Variabel Gangguan (Ghozali, 2018;8)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa karakteristik pelanggan dealer MPM Motor honda di Ngagel Kota Surabaya sebagian besar usia rata-rata 20-30 tahun sebanyak 24 pelanggan dengan persentase sebesar 40%, sedangkan pada usia 31-40 tahun sebanyak 18 pelanggan dengan persentase sebesar 29%.

Adapun karakteristik pelanggan dealer MPM motor berdasarkan pendidikan, sebagian besar lulusan sarjana yaitu sebanyak 38 pelanggan dengan persentase sebesar 62%, posisi kedua didominasi oleh lulusan SMA/SMK/Sederajat sebanyak 22 pelanggan dengan persentase 36%, sedangkan sisanya 2% dengan lulusan D3.

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin paling banyak adaah laki-laki yakni 41 pelanggan dengan persentase 67% dan perempuan sebanyak 20 pelanggan dengan persentase sebesar 33%.

Hasil penelitian menggunakan kuesioner menunjukkan bahwa kualitas layanan di bengkel dealer MPM Motor Honda di Ngagel Kota Surabaya sudah baik. Hal ini diindikasikan oleh tanggapan responden berkaitan dengan layanan yang ada di bengkel dealer MPM motor Honda di ngagel kota Surabaya, baik layanan berupa saat pelanggan punya masalah, mekanik cepat merespin dan tanggap atas kendala yang ada. Selanjutnya hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pihak bengkel dengan menunjukkan antusias, sopan santun, tulus, dan ramah dalam membantu.

Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas layanan, harga, dan fasilitas digunakan analisis dengan menggunakan regresi dengan bantuan SPSS. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,795 + 0,042X_1 + 0,200X_2 + 0,385X_3$$

Dari persamaan diatas diketahui kualitas layanan, harga, dan fasilitas mempunyai pengaruh positif kepada kepuasan pelanggan. Artinya bahwa semakin bagus layanannya maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan, demikian pula kompetitif harga jasa bengkel akan semakin tinggi kepuasan pelanggan dan semakin bagus fasilitas, maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan.

Adapun besarnya pengaruh untuk masing-masing variabel bebas dapat dilihat dari

koefisien regresi untuk masing-masing variabel. Besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap pelanggan adalah sebesar 0,42, artinya bahwa apabila ada peningkatan pada kualitas layanan maka akan meningkat kepuasan pelanggan sebesar 0,042. Kemudian apabila ada peningkatan kesesuaian harga maka akan meningkat kepuasan pelanggan sebesar 0,200, dan apabila ada peningkatan dalam fasilitas layanan maka akan meningkat kepuasan pelanggan sebesar 0,385.

Selanjutnya untuk menguji hipotesis yang pertama bahwa kualitas layanan, harga, fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa bengkel digunakan analisis dengan uji t.

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa analisis of variabel dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,795	1,596		1,751	.085
Kualitas layanan (X1)	.042	.169	.032	.246	.806
Harga (X2)	.200	.115	.287	1,744	.086
Fasilitas (X3)	.385	.090	.569	4,305	.000

a. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Output SPSS 26, Data diolah, 2023

Pengujian Hipotesis Pertama Kualitas Layanan (H1). Diketahui nilai sig untuk kualitas layanan (X1) memiliki pengaruh dengan tingkat sig sebesar 0,806, sehingga dapat disimpulkan Ha ditolak, yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengujian Hipotesis Kedua Harga (H2). Diketahui nilai sig untuk harga (X2) memiliki pengaruh dengan tingkat sig sebesar 0,086, sehingga dapat disimpulkan Ha ditolak, yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengujian Hipotesis Ketiga Fasilitas (H3). Diketahui nilai sig untuk fasilitas (X3) memiliki pengaruh dengan tingkat sig sebesar 0,000 sehingga dapat disimpulkan Ha diterima, yang artinya ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H1) nilai sig untuk pengaruh kualitas layanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 0,806 > 0,05 dan nilai t hitung 0,246 < t table 2,393, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak dan Ho diterima yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas layanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini menunjukkan bahwa, apabila kualitas layanan baik di suatu perusahaan jasa maka semakin besar memberikan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan merupakan indikator penting untuk meningkatkan keberhasilan suatu perusahaan dengan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan sevice motor (X1) memiliki hubungan yang cukup kuat dan dapat dimanfaatkan dengan baik untuk meningkatkan Kepuasan pelanggan secara signifikan. Selain itu kualitas layanan yang diberikan pihak dealer khususnya bengkel MPM Motor Honda di Ngagel Kota Surabaya sudah baik. Pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H1) nilai sig untuk pengaruh kualitas layanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 0,806 > 0,05 dan

nilai t hitung $0,246 < t$ table $2,393$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak dan H_0 diterima yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas layanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini menunjukkan bahwa, apabila kualitas layanan baik di suatu perusahaan jasa maka semakin besar memberikan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan merupakan indikator penting untuk meningkatkan keberhasilan suatu perusahaan dengan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan service motor (X_1) memiliki hubungan yang cukup kuat dan dapat dimanfaatkan dengan baik untuk meningkatkan Kepuasan pelanggan secara signifikan. Selain itu kualitas layanan yang diberikan pihak dealer khususnya bengkel MPM Motor Honda di Ngagel Kota Surabaya sudah baik. Pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga (H_3) nilai sig untuk pengaruh fasilitas (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,305 > t$ table $2,393$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel fasilitas (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Hal tersebut dikarenakan terdapat fasilitas yang kurang memadai, menurut pelanggan rata-rata dengan menjawab bahwa kurangnya tempat lahan parkir yang luas, sehingga pelanggan mengalami kesusahan untuk melakukan service motor, apa lagi dealer tersebut adalah dealer yang menjadi satu atau bergabung dengan dealer penjualan dan service motor sehingga terdapat 2 pelanggan dengan arah yang berbeda. Ada pelanggan yang melakukan transaksi pembelian dan ada juga pelanggan yang melakukan jasa service motornya, yang mana lahan parkir tidak mencukupi, sehingga pelanggan kembali pulang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian William dan Purba (2020;1995) yang menyatakan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel MPM motor Honda.

Selanjutnya untuk menguji hipotesis yang pertama bahwa kualitas layanan, harga, fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa bengkel digunakan analisis dengan uji F.

Berdasarkan hasil analisis data sebagaimana pada lampiran diketahui bahwa analisis of variabel dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	243,455	3	81,152	50,610	.000 ^b
	Residual	91,398	57	1,603		
	Total	334,852	60			

a. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Fasilitas (X3), Kualitas layanan (X1), Harga (X2)

Sumber : Output SPSS 26, Data diolah, 2023

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat pada sebuah penelitian secara simultan atau bersama-sama. Pada uji F penelitian ini akan memakai nilai signifikansi 5% atau 0,05 dengan kriteria :

1. Jika nilai sig $< 0,05$, atau f hitung $> f$ table maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

2. Jika nilai $\text{sig} > 0,05$, atau $f \text{ hitung} < f \text{ table}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Berdasarkan hasil uji f di atas diketahui nilai signifikan untuk pengaruh kualitas layanan (X1), harga (X2) dan fasilitas (X3) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai $f \text{ hitung } 50,610 > f \text{ table } 2,76$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh kualitas layanan (X1), harga (X2) dan fasilitas (X3) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y). sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh kualitas layanan (X1), harga (X2) dan fasilitas (X3) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara variabel kualitas layanan (X1), harga (X2) dan fasilitas (X3) yang secara keseluruhan dapat memengaruhi dari segi kepuasan pelanggan (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Utari (2014;09) yang menyatakan bahwa kualitas layanan (X1), harga (X2) dan fasilitas (X3) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel MPM motor Honda.

Pembahasan

Pengaruh kualitas layanan service motor (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H_1) nilai sig untuk pengaruh kualitas layanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar $0,806 > 0,05$ dan nilai $t \text{ hitung } 0,246 < t \text{ table } 2,393$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak dan H_0 diterima yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas layanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini menunjukkan bahwa, apabila kualitas layanan baik di suatu perusahaan jasa maka semakin besar memberikan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan merupakan indikator penting untuk meningkatkan keberhasilan suatu perusahaan dengan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan service motor (X1) memiliki hubungan yang cukup kuat dan dapat dimanfaatkan dengan baik untuk meningkatkan Kepuasan pelanggan secara signifikan. Selain itu kualitas layanan yang diberikan pihak dealer khususnya bengkel MPM Motor Honda di Ngagel Kota Surabaya sudah baik. Pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Pengaruh harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua (H_2) nilai sig untuk pengaruh harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar $0,086 > 0,05$ dan nilai $t \text{ hitung } 1,744 < t \text{ table } 2,393$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak dan H_0 diterima yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga (X2) memiliki hubungan yang cukup kuat dan dapat dimanfaatkan dengan baik untuk meningkatkan Kepuasan pelanggan secara signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sofyan, *et al* (2019;4238) yang menyatakan bahwa harga tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel MPM motor Honda.

Pengaruh fasilitas (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga (H_3) nilai sig untuk pengaruh fasilitas (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t \text{ hitung } 4,305 > t \text{ table } 2,393$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel fasilitas (X3)

terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal tersebut dikarenakan terdapat fasilitas yang kurang memadai, menurut pelanggan rata-rata dengan menjawab bahwa kurangnya tempat lahan parkir yang luas, sehingga pelanggan mengalami kesusahan untuk melakukan service motor, apa lagi dealer tersebut adalah dealer yang menjadi satu atau bergabung dengan dealer penjualan dan service motor sehingga terdapat 2 pelanggan dengan arah yang berbeda. Ada pelanggan yang melakukan transaksi pembelian dan ada juga pelanggan yang melakukan jasa service motornya, yang mana lahan parkir tidak mencukupi, sehingga pelanggan kembali pulang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian William dan Purba (2020;1995) yang menyatakan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel MPM motor Honda.

Pengaruh kualitas layanan service motor (X1), harga (X2) dan fasilitas (X3) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil uji F di atas diketahui nilai signifikan untuk pengaruh kualitas layanan (X1), harga (X2) dan fasilitas (X3) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $50,610 > f$ table $2,76$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh kualitas layanan (X1), harga (X2) dan fasilitas (X3) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara variabel kualitas layanan (X1), harga (X2) dan fasilitas (X3) yang secara keseluruhan dapat memengaruhi dari segi kepuasan pelanggan (Y). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Utari (2014;09) yang menyatakan bahwa kualitas layanan (X1), harga (X2) dan fasilitas (X3) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel MPM motor Honda.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil analisis diatas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan (X1) tidak memiliki pengaruh, sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak, yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Nilai sig untuk harga (X2) tidak memiliki pengaruh, sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak, yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
3. Nilai sig untuk fasilitas (X3) memiliki pengaruh, sehingga dapat disimpulkan H_0 diterima, yang artinya ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
4. Hasil uji F di atas diketahui nilai signifikan untuk pengaruh kualitas layanan (X1), harga (X2) dan fasilitas (X3) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $50,610 > f$ table $2,76$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima yang berarti terdapat pengaruh kualitas layanan (X1), harga (X2) dan fasilitas (X3) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan fasilitas berperan signifikan, dengan kendala utama pada lahan parkir yang kurang memadai. Sebagai

solusi, perusahaan disarankan untuk memperluas area parkir dengan menyewa atau bekerja sama untuk mendapatkan lahan tambahan di sekitar bengkel MPM Motor Honda di Ngagel, Surabaya. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperdalam kajian dengan lebih banyak referensi terkait servis motor agar hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Armaniah, H., Marthanti, A. S., & Yusuf, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahass Honda Tangerang. *Penelitian Ilmu Manajemen*, 2(2), 62–72.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Proram IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Undip.
- Maydiana, L. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Cuci Motor Mandiri. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(2), 444–450.
- Pravitasari, F. E., & Khulud, husnul. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan KONsumen Dealer Honda Daya Motor Tuban. *JEK - Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan kreatif*, 6(2), 1–11.
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sigar, kerin jelita, Areros, W. A., & Sambul, S. A. P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Service Motor (Studi Kasus Pada Nusantara Surya Sakti). *Productivity*, 2(7), 551–555.
- Sofyan, C., Sepang, J. L., & Loindong, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Wht's Up Cafe Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3), 4230–4240.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*.
- Tjiptono, F. (2019a). *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2019b). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. (A. Diana, Ed.). Yogyakarta: Andi.
- Utari, W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Varian Obat Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Yakersuda Bangkalan. *Neo-Bis*, 8(1), 93–105.
- Wibisono, H. B., & Achsa, A. (2021). Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam melakukan servis kendaraan. *Image: Jurnal Riset Manajemen*, 9(2), 92–100.
- William, & Purba, T. (2020). Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda Di Kota Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(1), 1987–1996.