

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL ONLINE  
SUPERCAR.ID KOTA TANGERANG SELATAN**

**Ari Prayudi**

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

[prayudiari16@gmail.com](mailto:prayudiari16@gmail.com)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel online supercar.id tangerang selatan. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket kuesioner, dengan pengambilan sampel menggunakan metode solvin. Metode analisa yang digunakan pada penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji auto korelasi, uji regresi linier sederhana, uji regresi linier berganda, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji T, dan uji F. Hasil penelitian pengujian hipotesis secara parsial variabel kualitas pelayanan (X1) diperoleh nilai t hitung > t tabel ( $17.383 > 0,2072$ ) hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,005$ . Artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Uji statistik variabel harga (X2) diperoleh nilai t hitung > t tabel ( $20.035 > 0,2072$ ) hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Artinya harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengujian hipotesis secara simultan diperoleh nilai f hitung > f tabel atau ( $372.688 > 3,10$ ) hal ini juga diperkuat dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi diperoleh nilai R square sebesar 0,895, artinya kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama memiliki kontribusi pengaruh sebesar 89,5% terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya sebesar 10,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

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

**Abstract**

*This study aims to determine how the influence of quality services and prices on customer satisfaction in online workshops supercar.id south tangerang. The research method used in the research This is a quantitative method with an associative approach, collection method the data used is a questionnaire questionnaire, with sampling using the solvency*

**How to cite:**

Ari Prayudi (2023), Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Online Supercar.Id Kota Tangerang Selatan, (5) 8, <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i7.2416>

**E-ISSN:**

[2684-883X](https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i7.2416)

**Published by:**

[Ridwan Institute](https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i7.2416)

*method. The analytical method used in this study are validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, test heteroscedasticity, autocorrelation test, simple linear regression test, linear regression test multiple, correlation coefficient test, coefficient determination test, T test, and F test. Results research hypothesis testing partially variable service quality (X1) t value obtained  $> t$  table ( $17,383 > 0.2072$ ) this is also strengthened with a significance value of  $0.001 < 0.005$ . This means that the quality of service has an effect positive on customer satisfaction. Price variable statistical test (X2) is obtained  $t$  count  $> t$  table ( $20.035 > 0.2072$ ) this is also reinforced by the value significance  $0.001 < 0.05$ . This means that the price has a significant effect on customer satisfaction. Simultaneous hypothesis testing obtained the calculated  $f$  value  $> f$  table or ( $372,688 > 3.10$ ) this is also strengthened by a significance value  $0.001 < 0.05$ . So it can be said that the quality of service and price significant effect simultaneously on customer satisfaction. Coefficient determination obtained  $R$  square value of  $0.895$ , meaning the quality of service and prices together have a contribution of  $89.5\%$  influence on customer satisfaction. While the remaining  $10.5\%$  is influenced by factors others that were not examined in this study.*

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

## PENDAHULUAN

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat (Polla et al., 2018). Terlebih lagi Perkembangan dunia bisnis sedang mengalami peningkatan yang cukup tinggi (Setiawan, 2018). Tidak hanya pada industri manufaktur saja, namun industri lainnya pun juga ikut berkembang salah satunya yaitu seperti industri otomotif. Indonesia, sebagai salah satu pasar otomotif terbesar di Asia Tenggara, telah mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa dekade terakhir. Perkembangan ekonomi yang stabil, peningkatan pendapatan masyarakat, serta infrastruktur yang semakin baik, telah memberikan dampak signifikan pada peningkatan permintaan kendaraan bermotor di Indonesia (Rahmawati, 2021). Semakin meningkatnya jumlah pengguna mobil menyebabkan permasalahan yang rumit dibidang transportasi seperti kemacetan jalan raya, dan lambatnya penggunaan ruas jalan yang berpengaruh dengan semakin banyaknya kendaraan yang bermasalah di jalan.

Seiring dengan pertumbuhan tersebut, para pembisnis pun melihat peluang usaha yang sangat baik yaitu dengan membuka jasa perbaikan dan perawatan mobil, karena secara tidak langsung pelanggan membutuhkan sarana dan prasarana untuk merawat maupun memperbaiki kendaraanya agar layak pakai tidak kalah dengan produk baru dan dapat dijual kembali dengan harga yang tinggi. Itulah sebabnya semakin tingginya permintaan akan jasa perawatan kendaraan, maka semakin banyak pula bengkel mobil yang bermunculan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar (Pratama et al., 2021). Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya (Tombeng et al., 2019). Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Helmi, 2014). Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing (Cahyani & Sitohang, 2016).

Pelanggan diibaratkan seorang raja yang harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada pelanggan (Ichsan & Karim, 2021). Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan yaitu dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan (Nurhalimah et al., 2018). Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha (Emmywati, 2016).

Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya bengkel-bengkel bermunculan di Kota Tangerang Selatan. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun beraneka macam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap bengkel. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola bengkel untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding bengkel-bengkel kompetitornya.

Demikian juga halnya di Bengkel Online Supercar.Id, dimana sebagai salah satu bengkel yang ada di kota Tangerang Selatan tersebut, juga memiliki pesaing. 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 bengkel online Supercar.id.

Penjualan di bengkel mobil online Superecar.id masih mengalami fluktuatif dari tahun ke tahun. Penjualan pada tahun 2021 mengalami penurunan yaitu 44% dari tahun 2020. Dan pada tahun 2022, penurunan penjualan kembali terjadi sebesar 67 % dari tahun 2022. Hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan dengan menganalisis keluhan-keluhan pelanggan, seperti misalnya pengerjaan atau reparasi mobil yang terkadang memakan waktu relatif lama dan hasil akhir yang terkadang kurang memenuhi permintaan pelanggan.

Dengan melihat data diatas peneliti pun yang pada saat itu merupakan salah satu karyawan dibengkel tersebut, maka mulai mengobservasi hal apa yang menjadi penyebab menurunnya jumlah pelanggan bengkel, lalu peneliti melakukan pra-survey ke beberapa pelanggan dibengkel tersebut. Berikut ini salah satu diantara pelanggan yang dijadikan

## Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Online Supercar.Id Kota Tangerang Selatan

sample pra-survey.

Menurut salah satu pelanggan bengkel Superecar.id Samsul (30 tahun), beliau mengatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh bengkel Superecar.id sudah cukup baik . namun ada beberapa jasa atau produk yang harganya sedikit lebih tinggi dari bengkel lain namun itupun tergantung dari servis yang digunakan.

Dan menurut marsus (35 tahun) yang juga merupakan pelanggan bengkel Supercar.id mengatakan bahwa terkadang pengerjaan perbaikan tidak sesuai waktu yang telah ditentukan, faktor ini yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada bengkel Superecar.id waktu pengerjaan yang sangat lama, disebabkan menunggu sperpat yang harus dipesan terlebih dahulu . Jadi, untuk pihak perusahaan harus mampu memahami keinginan-keinginan pelanggannya serta mempelajari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan para pelanggannya. Untuk itu perlu dilakukan usaha-usaha untuk meningkatkan kembali jumlah pelanggan Bengkel Online Supercar.id. Dari hasil wawancara diatas peneliti ingin meneliti apakah kualitas pelayanan dan harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam keberhasilan sebuah usaha (Maimunah, 2020). Oleh sebab itu, apabila kualitas pelayanan menurun dan tidak ditingkatkan akan menimbulkan ketidakpuasan konsumen dalam berbelanja dan sebaliknya jika kualitas pelayanannya baik konsumen akan merasa puas dan daya beli akan meningkat (Nawawi, 2021).

Kualitas pelayanan pada setiap perusahaan bertujuan untuk menciptakan kepuasan bagi pelanggan (Nurhikmah et al., 2022). Karena pelanggan tidak hanya sekedar membeli produk/jasa melainkan selalu memperhatikan segala sesuatu yang menyangkut aspek kualitas yang melekat pada produk/jasa tersebut, oleh karena itu, perusahaan perlu fokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen yaitu memberikan pelayanan yang cepat, berkualitas dan menyenangkan, mampu untuk membantu pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap serta bermanfaat, pengetahuan yang dimiliki pegawai, kesabaran dan kesopanan dalam melayani serta mampu menanamkan kepercayaan tentang keamanan dan kualitas produk , menerima dan menanggapi keluhan konsumen, komunikasi yang baik dan kemudahan dalam melakukan transaksi pembelian serta didukung fasilitas. Intinya pelayanan yang diberikan memberi kepuasan kepada konsumen.

Selain kualitas pelayanan harga juga sangat menentukan kepuasan pelanggan dalam penggunaan jasa bengkel ini, karena besarnya biaya perbaikan yang ditetapkan berkaitan dengan tingkat pendapatan yang dimiliki oleh pelanggan (Maskur et al., 2016). Semakin tingginya biaya perbaikan akan mengakibatkan pelanggan harus berpikir dua kali dalam penggunaan jasa bengkel tersebut, demikian sebaliknya apabila biaya perbaikan semakin rendah maka pelanggan cenderung memanfaatkan jasa bengkel tanpa melakukan pertimbangan lebih banyak. sebaiknya perusahaan melihat beberapa referensi harga suatu produk yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan (Utama, 2019). Hal ini disebabkan harga dapat mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu

produk dengan berbagai alasan. Alasan ekonomis akan menunjukkan bahwa harga yang rendah atau harga yang selalu berkompetisi merupakan salah satu pemicu penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran, tetapi alasan psikologis dapat menunjukkan bahwa harga justru merupakan indikator kualitas dan karena itu dirancang sebagai salah satu instrumen penjualan sekaligus sebagai instrumen kompetisi yang menentukan (Aziz, 2019).

Selain memperoleh data jumlah pelanggan, penulis juga memperoleh daftar harga sparepart yang dijual pada Bengkel Supercar.id dan dibandingkan dengan harga sparepart yang dijual pada pesaing.

Perbandingan jasa yang sama namun dengan harga yang berbeda. Bisa dilihat jika harga yang ditawarkan Bengkel Supercar.id sedikit lebih mahal dari beberapa jasa pelayanan dari bengkel Kompetitor seperti Semat Auto. Perihal ini berarti penawaran dapat menjadi aspek kunci untuk pelanggan dalam melakukan penggunaan kembali jasa perbaikan mobil di bengkel Supercar.id. Oleh karena itu bengkel harus mencermati harga produknya agar dapat bersaing dengan bengkel kompetitor lain yang menjual produk yang sama sehingga di harapkan bengkel mobil Supercar.id bisa memenangkan persaingan penentuan harga yang cocok dengan mutu produknya. Harga yang berbeda dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan maka dari itu kita hendak menjamin pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak bengkel.

Namun sampai hari ini masih terdapat banyak keluhan dari *client* mengenai kualitas jasa dan harga yang diberikan. Dimana *complain* tersebut menyangkut ketidakpuasan pelanggan terhadap karyawan yang kurang ramah dan lambatnya penanganan yang disediakan oleh pihak bengkel, serta harga yang berbeda dari bengkel kompetitor.

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan yang ditinjau dan sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan.

Jumlah keluhan Pelanggan pada tahun 2020 sebanyak 89 *complain*, tahun 2021 sebanyak 99 *complain* dan tahun 2022 sebanyak 107 *complain*. Oleh sebab itu dapat dilihat dari tabel diatas jumlah *complain* dari Pelanggan setiap tahunnya mengalami peningkatan dikarenakan terdapat faktor – faktor yang mempengaruhi *complain* Pelanggan pada setiap tahunnya, jika dilihat dari jenis *complain*, maka *complain* terbanyak adalah pada “selisih harga”.

Berdasarkan wawancara awal dengan HRD Bengkel dan Karyawan Bengkel Online Supercar.id Tangerang Selatan, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, Bengkel Online Supercar.id Tangerang Selatan sudah menawarkan pelayanan yang memiliki perbedaan dengan bengkel mobil lain yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan bengkel sehingga mereka setia untuk tetap menggunakan Bengkel Online Supercar.id Tangerang Selatan sebagai bengkel tetap.

Untuk menarik datangnya kembali pelanggan, bengkel menyediakan layanan home service dimana pelanggan tidak perlu datang ke bengkel secara langsung, namun pihak bengkel lah yang akan mendatangi pelanggan kerumah atau kantornya, lalu cuci mobil

## Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Online Supercar.Id Kota Tangerang Selatan

secara gratis setelah servis ,garansi 3 bulan setelah perbaikan,serta memberikan potongan harga bagi member yang terdaftar untuk jasa perbaikan dan spare part tertentu. Selain itu bengkel juga memberikan derek gratis bagi member yang mobilnya bermasalah di sekitar wilayah Jabodetabek.

Demi kenyamanan pelanggan saat menunggu servis, Bengkel Online Supercar.id Tangerang Selatan melakukan renovasi di ruang tunggu pelanggan dengan memberikan layanan wifi gratis, snack dan minuman gratis.

Secara internal oleh Bengkel Online Supercar.id Tangerang Selatan sudah melakukan survei secara berkala kepada pelanggan. Hasil yang diperoleh berupa kepuasan pelanggan terhadap bengkel, hal ini menjadi acuan pihak manajemen Bengkel Online Supercar.id Tangerang Selatan untuk mengambil kebijakan-kebijakan sehingga akan berimbas pada peningkatan jumlah kunjungan pelanggan. Meskipun begitu namun belum ada penelitian empiris yang menyatakan hubungan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Online Supercar.id Tangerang Selatan.

### **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian pada dasarnya memerlukan suatu objek yang akan di jadikan sebagai bahan penelitian, pemilihan objek yang tepat akan mendukung penelitian agar berjalan dengan baik.

Peneliti melakukan penelitian pada Bengkel Supercar.id yang berlokasi di Jl. WR Supratman JL. Kp. Utan No. 68, Cemp. Putih Ke. Ciputat Tim, Kota Tangerang Selatan, Banten

Adapun waktu penelitian ini akan dikerjakan selama 7 bulan, terhitung sejak bulan february 2022. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan Bengkel Onlinde Supercar.id dengan jumlah populasi 188 Pelanggan. Dari jumlah populasi sebanyak 881 dan diambil sampel dengan rumus Slovin. Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Online Supercar.id , maka yang menjadi sampel atau sumber data yaitu semua semua pelanggan Bengkel Online Supercar.id. Penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh saya dalam penelitian ini adalah berdasarkan metode Slovin sebagai alat ukur untuk menghitung ukuran sampel karena jumlah populasi yang diketahui lebih dari 100 responden. Jumlah Pelanggan Bengkel Online Supercar.id sebanyak 881 orang.

Dalam penelitian ini, penulis memperoleh data-data dan informasi dari berbagai sumber, diantaranya data primer dan data sekunder. Data primer didapat dengan cara kuesioner, wawancara, observasi dan studi kepustakaan. Sedangkan data sekunder adalah informasi tangan kedua yang sudah dikumpulkan oleh beberapa orang (organisasi) untuk tujuan tertentu dan tersedia untuk berbagai penelitian. Data sekunder didapat dengan studi pustaka dan dokumentasi.

Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data yang didapatkan berdasarkan variabel dan jenisnya, mentabulasi, menyajikan berdasarkan variabel yang

diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan untuk menguji hipotesis. Pembobotan dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran uji instrument, uji validitas, uji liabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinieritas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019:183) Untuk mengetahui apakah perbedaan itu signifikan atau tidak, maka harga  $t_{hitung}$  perlu dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$ . Bila  $t_{hitung}$  lebih tersebut perlu dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$ , maka perbedaan itu signifikan, sehingga instrumen dinyatakan valid. Diperoleh hasil uji validitas sebagai berikut:

**Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kualitas Pelayanan (X1)**

No	Kuesioner	R hitung	R tabel	Keputusan
1	Bengkel mobil Supercar.id memiliki tempat yang nyaman serta terlihat bersih dan, rapih	0.72 1	0.207	Valid
2	Pegawai Bengkel mobil ini mengenakan seragam atau pakaian kerja yang rapih dan sesuai standar	0.61 3	0.207	Valid
3	Bengkel Mobil Supercar.id memberikan penjelasan yang jelas dan rinci mengenai perbaikan yang diperlukan dan proses yang akan dilakukan	0.68 8	0.207	Valid
4	Bengkel mobil Supercar.id memiliki mekanik yang mendengarkan kebutuhan dan masalah yang pelanggan sampaikan dengan baik	0.68 5	0.207	Valid
5	Bengkel mobil Supercar.id memiliki pegawai yang sigap dalam melayani pelanggan	0.79 1	0.207	Valid
6	Bengkel mobil Supercar.id memiliki pegawai yang dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	0.74 4	0.207	Valid
7	Bengkel mobil Supercar.id memiliki pegawai yang merespon permintaan dan pertanyaan pelanggan dengan cepat dan tepat	0.63 7	0.207	Valid

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan  
pada Bengkel Online Supercar.Id Kota Tangerang Selatan

8	Bengkel mobil mobil Supercar.id memberikan solusi alternatif ketika terjadi kendala atau masalah dalam perbaikan	0.55 3	0.207	Valid
9	Bengkel mobil Supercar.id memberikan garansi tertulis untuk sparepart dan jasa yang dikerjakan jika terjadi masalah setelah perbaikan.	0.58 0	0.207	Valid
10	Pihak bengkel mobil Supercar.id memastikan bahwa pelanggan puas dengan hasil perbaikan dan siap untuk memberikan perbaikan tambahan jika diperlukan	0.67 2	0.207	Valid

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan data tabel di atas, variabel kualitas pelayanan (X1) diperoleh nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,207), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

**Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Harga (X2)**

No	Kuesioner	R hitung	R table	Keputusan
1	Pihak bengkel mobil Supercar.id telah memberikan harga jasa perbaikan sesuai dengan kemampuan beli pelanggan	0.706	0.207	Valid
2	Harga sparepart dan jasa perbaikan di bengkel mobil Supercar.id cukup wajar dibanding dengan standar industry	0.746	0.207	Valid
3	Pihak bengkel mobil Supercar.id memberikan diskon atau promosi untuk pelanggan tetap atau pelanggan khusus agar harga jasa perbaikan lebih terjangkau	0.662	0.207	Valid
4	Harga jasa dan sparepart di bengkel mobil Supercar.id bersaing dengan harga yang ditawarkan oleh competitor	0.764	0.207	Valid
5	Pihak bengkel mobil Supercar.id menawarkan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan kompetitor untuk produk dan jasa layanan yang sebanding	0.802	0.207	Valid
6	Harga sparepart dan jasa perbaikan di bengkel mobil Supercar.id mempengaruhi keputusan	0.684	0.207	Valid



	pelanggan untuk menggunakan atau tidak menggunakan jasa tersebut			
7	Harga sparepart dan jasa di bengkel mobil Supercar.id yang dibayar sangat sebanding dengan kualitas pelayanan yang diberikan	0.798	0.207	Valid
8	Pelanggan percaya bahwa pihak bengkel mobil Supercar.id menetapkan harga sesuai dengan kualitas pekerjaan yang dilakukan dan kondisi yang sebenarnya	0.778	0.207	Valid
9	Harga sparepart dan jasa yang ditawarkan oleh bengke mobil Supercar.id l sebanding dengan manfaat yang pelanggan peroleh	0.807	0.207	Valid
10	Pihak bengkel mobil Supercar.id memberikan pilihan paket atau opsi harga yang sesuai dengan manfaat yang dibutuhkan oleh pelanggan	0.810	0.207	Valid

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan data tabel di atas, variabel harga (X2) diperoleh nilai r hitung > r tabel (0,207), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

**Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

No	Kuesioner	R hitung	R table	Keputusan
1	Saya merasa pelayanan yang diberikan oleh bengkel mobil Supercar.id ini sesuai dengan yang dijanjikan	0.694	0.207	Valid
2	Saya merasa bengkel mobil Supercar.id ini memberikan estimasi biaya yang akurat sebelum melakukan perbaikan	0.676	0.207	Valid
3	Saya merasa begkel mobil Supercar.id memiliki staf mekanik yang kompeten dan berpengetahuan luas tentang mobil	0.758	0.207	Valid
4	Saya merasa pekerja dibengkel mobil Supercar.id memiliki sikap ramah dan sopan saat melayani pelanggan	0.825	0.207	Valid
5	Saya merasa puas dengan cara bengkel mobil Supercar.id menangani dan menyelesaikan masalah perbaikan mobil saya	0.795	0.207	Valid

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan  
pada Bengkel Online Supercar.Id Kota Tangerang Selatan

6	Saya merasa bengkel mobil Supercar.id ini memberikan suasana yang nyaman dan bersahabat saat saya berada disana	0.755	0.207	Valid
7	Saya akan merekomendasikan bengkel mobil Supercar.id kepada teman atau keluarga yang membutuhkan perbaikan mobil	0.712	0.207	Valid
8	Saya akan menggunakan kembali layanan bengkel mobil Supercar.id untuk perbaikan mobil dimasa mendatang	0.778	0.207	Valid
9	Saya merasa yakin bahwa bengkel mobil Supercar.id akan memberikan pelayanan yang konsisten dan berkualitas tinggi	0.800	0.207	Valid
10	Saya merasa puas dengan keputusan saya untuk menggunakan layanan bengkel mobil Supercar.id	0.667	0.207	Valid

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan data tabel di atas, variabel Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,207), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

### Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk menguji suatu kuesioner reliabel atau tidak. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana *item* masuk pengujian adalah *item* yang *valid* saja. Adapun kriteria atau ketentuan dalam memutuskan pernyataan tersebut reliabel atau tidak, berikut ini untuk ketentuannya. Dalam penggunaan SPSS terdapat fasilitas dalam mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) menurut (Ghozali, 2016:47), yaitu nilai Cronbach Alpha  $>$  0,70. Dengan begitu, variabel tersebut dapat dikatakan reliable. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan  
(X1) Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items
.863	.863

Sumber: Data diolah dengan SPSS 29

**Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Harga (X2)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items
.916	.916

Sumber: Data diolah dengan *SPSS 29*

**Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

<b>Pelanggan (Y) Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items
.910	.910

Sumber: Data diolah dengan *SPSS 29*

Berdasarkan tabel diatas, nilai *Chonbach's Alpha* untuk variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,863, untuk variabel Harga (X2) sebesar 0,916 dan untuk variabel kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,910. Maka dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Chonbach's Alpha* lebih dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan kepuasan pelanggan (Y) adalah reliabel.

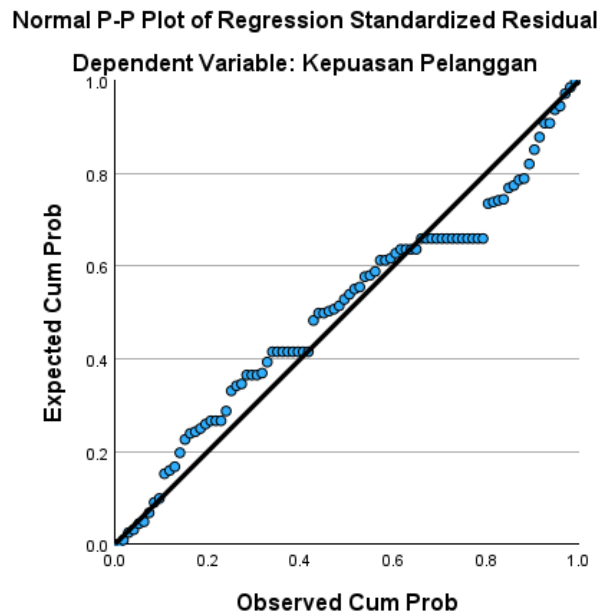
### **Uji Asumsi Klasik**

Pengujian Asumsi Klasik digunakan untuk mengetahui ketepatan data, atau untuk mengetahui keberartian hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan dengan lebih akurat, efisien, dan terbatas dari kelemahan-kelemahan yang terjadi karena masih adanya gejala-gejala asumsi klasik. Dalam penelitian ini, teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 29.

### **Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk menguji variabel bebas dan variabel terikat pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan grafik normal plot, berikut adalah hasil Uji Normalitas:

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Online Supercar.Id Kota Tangerang Selatan



Sumber: Data diolah dengan SPSS 29  
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas

Pada gambar di atas dapat dilihat bahwa grafik normal *probability plot* menunjukkan pola grafik yang normal. Hal ini terlihat dari titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal. Oleh karena ini dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria Normalitas.

**Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada kolerasi diantara variabel bebas (independen). Jika variabel independen saling berkolerasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal sehingga tidak bisa diuji menggunakan model regresi. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas diantara variabel independen dapat dilihat dari nilai toleran maupun varian inflation factor (VIF). Jika nilai tolerance > 0,10 atau nilai VIF < 10, maka tidak ada multikolinearitas di antara variabel independen. Langkah-langkah analisis pada SPSS 29 sebagai berikut:

**Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients<sup>a</sup>**

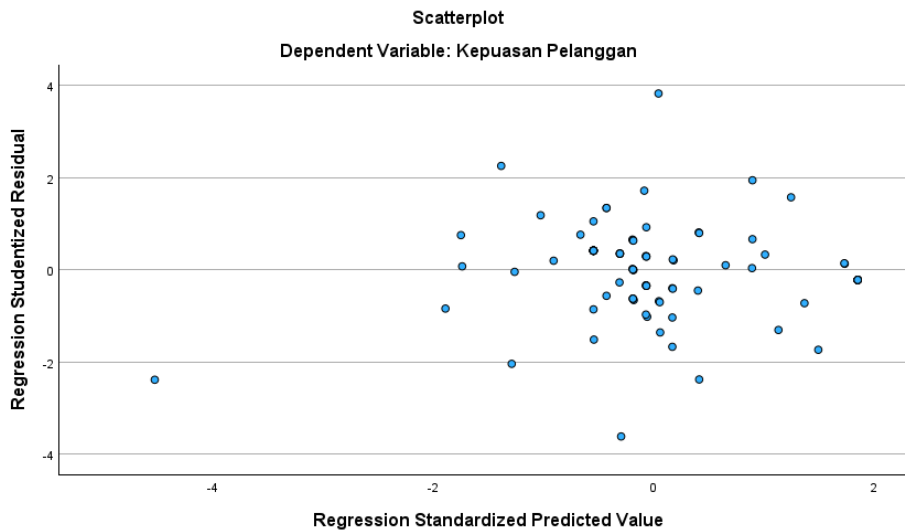
Model		Sig	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
	(Constant)	.013		
1	Kualitas Pelayanan	.001	.386	2.589
	Harga	.001	.386	2.589

- a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
- b. Sumber: Data diolah dengan SPSS 29

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas pada tabel di atas diperoleh nilai Tolerance kualitas pelayanan sebesar 0,386 dan harga sebesar 0,386, dimana kedua nilai tersebut kurang dari 1 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) variable kualitas pelayanan sebesar 2,589 serta promosi sebesar 2,589 dimana nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini tidak terjadi multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas terjadi untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan *Variance* dari Residual dalam satu pengamatan ke pengamatan yang lain, jika *Variance* berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Berdasarkan uji dengan program SPSS 29, maka diperoleh hasil regresi berganda seperti pada tabel berikut:



Sumber: Data diolah dengan SPSS 29

**Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan gambar di atas, diketahui jika data menyebar secara merata baik pada ruang positif maupun pada ruang negatif. Maka dapat disimpulkan jika data dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi Heteroskedastisitas. Sehingga model regresi ini layak dipakai.

### Uji Autokorelasi

Pengujian Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan korelasi antar anggota sampel. Untuk mengetahui adanya autokorelasi dilakukan pengujian Durbin- Watson (DW) dengan membandingkan nilai Durbin- Watson dengan kriteria atau pedoman dalam interpretasi Darbin- Watson (DW test). Adapun hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.17 Hasil Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.946 <sup>a</sup>	.895	.893	1.584	1.985

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah dengan SPSS 29

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, model regresi ini tidak ada autokorelasi dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini, hal ini dibuktikan dengan nilai durbin - watson sebesar 1,985 yang berada diantara interval 1,550 – 2,460.

#### Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable X1 dan X2 terhadap variable Y. Dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap kepuasan Pelanggan (Y) baik secara parsial maupun secara simultan. Berikut ini hasil olahan data regresi linier sederhana dengan SPSS 29.

Berdasarkan hasil perhitungan regresi, dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = -4,109 + 1,078 X1$ . Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar -4,109 diartikan bahwa, jika variable kualitas pelayanan (X1) tidak ada. Maka telah terdapat nilai kepuasan pelanggan (Y) sebesar -4,109
2. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) sebesar 1,078 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel harga (X2), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel kualitas pelayanan (X1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 1,078

**Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.975	1.902		2.090	.040
1					
Promosi	.903	.045	.906	20.035	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh

persamaan regresi  $Y = 3.975 + 0,903 X_2$ . Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 3.975 diartikan bahwa, jika variable harga ( $X_2$ ) tidak ada. Maka telah terdapat nilai kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 3.975.
2. Nilai koefisien regresi harga ( $X_2$ ) sebesar 0,903 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel promosi ( $X_2$ ) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 0,903

### **Uji Regresi Linier Berganda**

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = -4.615 + 0,541 X_1 + 0,558 X_2$ . Dari persamaan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar -4.615 diartikan bahwa, jika variable kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan variabel harga ( $X_2$ ) tidak dipertimbangkan. Maka kepuasan konsumen ( $Y$ ) hanya akan bernilai sebesar -4.615.
2. Nilai kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0,541 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel harga ( $X_2$ ), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 0,541.
3. Nilai harga ( $X_2$ ) sebesar 0,558 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel harga ( $X_2$ ) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 0,558
4. Dari hasil regresi kualitas pelayanan ( $X_1$ ) didapatkan nilai koefisien sebesar 0,541 dan harga ( $X_2$ ) dengan nilai koefisien sebesar 0,558. Sehingga kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ).

### **Analisis Koefisien Korelasi (Uji $R$ )**

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dapat dikemukakan bahwa nilai korelasi antara variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dengan kepuasan pelanggan ( $Y$ ) sebesar 0,880 masuk pada kategori sangat kuat. Sedangkan nilai korelasi variabel promosi ( $X_2$ ) dengan kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 0,880 masuk pada kategori sangat kuat. Dengan kata lain, terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) dengan kepuasan pelanggan.

### **Analisis Koefisien Determinasi**

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui presentase kekuatan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan. Dalam penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

Nilai kontribusi variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,895. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 89,5%. Sedangkan sisanya sebesar

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan  
pada Bengkel Online Supercar.Id Kota Tangerang Selatan

0,105 atau 10,5% dijelaskan oleh variabel di luar penelitian ini.

**Pengujian Hipotesis**

Analisis data untuk pengujian hipotesis ini dalam penelitian ini menggunakan regresi linier ganda dengan variabel bebas kualitas pelayanan (X1), harga (X2) serta kepuasan Pelanggan sebagai variabel terikat (Y). Dalam analisis ini diuji secara parsial dan simultan.

**Uji Parsial (Uji t)**

Pengujian hipotesis variabel Kualitas Pelayanan(X1) dan Harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dilakukan dengan uji t (uji secara parsial). Dalam penelitian ini digunakan kriteria signifikansi 5% (0,05) dengan membandingkan antara nilai t hitung dengan t tabel yaitu sebagai berikut:

- a. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$ : berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak
- b. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ : berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing atau secara parsial variabel independen kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap variabel dependen kepuasan Pelanggan (Y). Dan menentukan variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi. Adapun hasil pengolahan data menggunakan program SPSS Versi 29, dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.24 Hasil Uji Parsial (Uji t) Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4.109	2.654		-1.548	.125
Kualitas Pelayanan	1.078	.062	.880	17.383	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah dengan SPSS 29

Berdasarkan keterangan tersebut di atas, maka dapat dikemukakan penjelasan sebagai berikut:

- a. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari tabel diatas Kualitas Pelayanan mempunyai  $t_{hitung} 17.383 > t_{tabel} 0,2072$  dan nilai sig.  $< 0.05$  ( $0.001 < 0.05$ ). Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ada bengkel online supercar.id



**Tabel 4.25 Hasil Uji Parsial (Uji t)  
Variabel Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.975	1.902		2.090	.040
Harga	.903	.045	.906	20.035	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah dengan SPSS 29

Berdasarkan keterangan tersebut di atas, maka dapat dikemukakan penjelasan sebagai berikut:

b. Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari tabel diatas Promosi mempunyai  $t_{hitung} 20.035 > t_{tabel} 0,2072$  dan nilai sig.  $< 0.05$  ( $0.001 < 0.05$ ). Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada pada bengkel online supercar.id.

**Uji Simultan (Uji f)**

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya yaitu kepuasan Pelanggan (Y). Adapun hasil pengolahan data menggunakan program SPSS Versi 29, dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.26 Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1870.210	2	935.105	372.688	<,001 <sup>b</sup>
Residual	218.290	87	2.509		
Total	2088.500	89			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Sumber: Data diolah dengan SPSS 29

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  yaitu ( $372.688 > 3,10$ ) dan nilai sig  $< 0,05$  atau ( $0,001 < 0,05$ ). Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Online Supercar.id.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi  $Y = -4,109 + 1,078 X_1$  nilai korelasi sebesar 0,880 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat dengan koefisien determinasi sebesar 89,5%. Uji hipotesis diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(17,383 > 0,2072)$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi  $Y = 3,975 + 0,903 X_2$  nilai korelasi sebesar 0,906 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat dengan koefisien determinasi sebesar 89,5%. Uji hipotesis diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(17,383 > 0,2072)$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan diperoleh persamaan regresi  $Y = -4,615 + 0,541 X_1 + 0,558 X_2$ . nilai korelasi sebesar 1,000 artinya variabel bebas dengan variabel terikat memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan koefisien determinasi sebesar 89,5%. sedangkan sisanya sebesar 10,5% dipengaruhi factor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(372,688 > 3,10)$  Dengan demikian maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima, artinya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Online Supercar.id, sebagai berikut: (1) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Online Supercar.id dengan persamaan regresi  $Y = -4,109 + 1,078 X_1$ , nilai korelasi sebesar 0,880 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat dengan koefisien determinasi sebesar 89,5%.  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yang diperoleh dari pengujian hipotesis atau  $(17,383 > 0,2072)$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan Bengkel Online Supercar.id dengan kepuasan pelanggan. (2) Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Online Supercar.id dengan persamaan regresi  $Y = 3,975 + 0,903 X_2$  nilai korelasi sebesar 0,906 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat dengan koefisien determinasi sebesar 89,5%. Uji hipotesis diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(17,383 > 0,2072)$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Online Supercar.id.

(3) Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan diperoleh persamaan regresi  $Y = -4.615 + 0,541 X1 + 0,558 X2$ . nilai korelasi sebesar 1,000 artinya variabel bebas dengan variabel terikat memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan koefisien determinasi sebesar 89,5%. sedangkan sisanya sebesar 10,5% dipengaruhi factor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(372.688 > 3,10)$  Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

## BLIBLIOGRAPHY

- Aziz, N. (2019). *Analisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek Aicos produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia*.
- Cahyani, F. G., & Sitohang, S. (2016). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).
- Emmywati, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Yang Terdiri Dari Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Galeri Seni Dan Pusat Meditation Ponorogo Jawa Timur. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 1(3), 8-Halaman.
- Helmi, T. A. (2014). Orientasi Pelanggan Sebagai Budaya Organisasi. *Wahana Inovasi*, 3(1), 52–57.
- Ichsan, R. N., & Karim, A. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Jasa Raharja Medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 54–57.
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2).
- Maskur, M., Qomariah, N., & Nursaidah, N. (2016). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada Bengkel Mobil Larasati Lumajang). *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(2).
- Nawawi, A. (2021). Arah Kebijakan Perlindungan Sosial Ke Depan untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Syntax Admiration*, 2(10), 1824–1838.
- Nurhalimah, S., Hasiholan, L. B., & Harini, C. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Garasi Di Ungaran). *Journal of Management*, 4(4).

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan  
pada Bengkel Online Supercar.Id Kota Tangerang Selatan

- Nurhikmah, T., Fauzi, A., Putri, S. C. T., Asmarani, D., Damayanti, V., & Thalitha, R. F. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Layanan Transportasi Online (Go-Jek): Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 646–656.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis pengaruh harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Pratama, I. G. A., Susanti, P. H., & Purwaningrat, P. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(4), 1388–1397.
- Rahmawati, A. (2021). Pengaruh jumlah penduduk, jumlah kendaraan bermotor, PDRB per kapita dan kebijakan fiskal terhadap konsumsi energi minyak di Indonesia. *Jurnal Pembangunan Dan Pemerataan*, 10(1).
- Setiawan, A. B. (2018). Revolusi bisnis berbasis platform sebagai penggerak ekonomi digital di Indonesia. *Masyarakat Telematika Dan Informasi: Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 9(1), 61.
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Utama, I. D. A. G. A. (2019). *Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Doctoral dissertation, Udayana University)*.

---

**Copyright Holder:**

Ari Prayudi (2023)

**First publication right:**

[Syntax Idea](#)

**This article is licensed under:**

