



Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor (Studi Kasus Pada Bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor)

¹ Agabus Yermias Dollu, ² Elia Maruli,
³ Mesak Y. Awang, ⁴ Ferdinand Romelus Anigomang

¹²³⁴ Program Studi Manajemen,, Fakultas Ekonomi, Universitas Tribuana Kalabahi

Abstract

Received: 9 November 2023
Revised: 17 November 2023
Accepted: 25 November 2023

Consumer satisfaction is a person's level of satisfaction after comparing the perceived performance or results compared to the desired expectations and in this study aims to determine the effect of service quality, price and location. This type of research is quantitative research with data collection techniques, namely observation, interviews, and documentation studies. This study uses population primary data and the sample is consumers who use services or buy products/goods at the Omega Kalabahi Workshop, Alor Regency, totaling 30 consumers. And the sampling technique in this study is the Accidental Sampling (accidental) method.

The statistical method used in this study is multiple linear regression. The results of this study indicate that: (1). Partially the service quality variable has a significant value of 0.000 or 0% where this value is smaller than the alpha value of 0.05 or 5% so that the results of this study accept H1 which states that service quality partially has a positive effect on customer satisfaction at the Omega Kalabahi Workshop Alor District. (2). Partially the price variable has a significant value of 0.019 or 0.19% where this value is smaller than the alpha value of 0.05 or 5% so that the results of this study accept H2 which states that price partially has a positive effect on customer satisfaction at the Omega Kalabahi Workshop Alor District. (3). Partially the location variable has a significant value of 0.028 or 0.28% where this value is smaller than the alpha value of 0.05 or 5% so that the results of this study accept H3 which states that location partially has a positive effect on customer satisfaction at the Omega Kalabahi Workshop Alor District. (4). Simultaneously the price and location service quality variables have a significant value of 0.000 or 0% where this value is smaller than the alpha value, namely H4 which states that the price and location service quality variables simultaneously have a positive effect on customer satisfaction at the Omega Kalabahi Workshop, Alor Regency. (5). The magnitude of the influence of the price and location service quality variables is 93.9%, this study simultaneously accepts H5.

Keywords: *price and location service quality on consumer satisfaction*

(*) Corresponding Author: sirdollu@gmail.com

How to Cite: Dollu, A., Maruli, E., Awang, M., & Anigomang, F. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor (Studi Kasus Pada Bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(23), 1086-1099. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10444371>

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis sekarang ini terkena dampak yang besar dari pengaruh globalisasi. Pasar menjadi semakin luas dan peluang ada dimana-mana, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksikan.

Kondisi ini menuntut perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan. Persaingan yang semakin ketat terjadi di dalam dunia otomotif khususnya produk sepeda motor karena produk ini merupakan alat transportasi darat yang paling dominan dibutuhkan dan dimiliki masyarakat. Pengaruh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah meningkatkan kesadaran dan tuntutan masyarakat akan pelayanan yang baik, termasuk dalam hal ini adalah usaha di bidang bengkel yang akhir-akhir ini berkembang pesat, baik secara kualitas maupun kuantitas. Dengan banyaknya usaha dibidang perbengkelan ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat antara satu bengkel dengan bengkel lainnya.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah melakukan perbandingan antara apa yang dia terima dan apa yang dia harapkan. Kepuasan atau tidak puas konsumen merupakan bagian dari pengalaman konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, konsumen memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi konsumen untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya. Maka diharapkan mampu memenuhi harapan konsumen dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi konsumen dibanding kompetitor-kompetitor yang ada. Kepuasan Konsumen adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan yang diinginkan (Tjiptono, 2015). Dan selanjutnya menurut Tjiptono, (2015) kepuasan konsumen sebagai hasil pembelian dan pemakaian yang didapatkan dari perbandingan antara *reward* dan biasa pembeli dengan konsekuensi yang diantisipasi sebelumnya.

Kualitas pelayanan adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa service dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Hal ini dikarenakan banyaknya perusahaan yang menawarkan penjualan jasa dalam berbagai bidang, dan dilakukan dengan cara yang berbeda-beda untuk menarik minat konsumen. Oleh karena itu, untuk memenangkan persaingan ini perusahaan-perusahaan jasa terkhususnya di usaha perbengkelan diharap dapat mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas pelayanannya sesuai dengan harapan konsumen. Pekerja di bidang jasa service motor terkhususnya di usaha perbengkelan harus mengetahui bagaimana pelayanan yang telah diberikan kepada konsumen. Untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan di bidang jasa, setiap pekerja di bidang jasa harus dapat memahami dan memenuhi harapan yang diinginkan oleh pengguna jasa (konsumen) secara konsisten. Dengan dipahami dan dipenuhinya harapan konsumen serta kebutuhan mereka, maka setiap perusahaan jasa akan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang lebih baik lagimenurut Fitzsimmons dalam

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi konsumen pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Sehingga strategi penetapan harga juga harus didasarkan pada pemahaman yang jelas tentang tujuan penetapan harga suatu perusahaan terkhususnya pada bengkel omega. Keputusan penetapan harga merupakan keputusan yang kompleks dan sulit bagi perusahaan karena keputusan

penetapan harga harus konsisten dengan strategi pemasaran perusahaan bengkel. Harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi di dalam perusahaan.

Bengkel omega merupakan salah satu bengkel yang berada di kota kalabahi kabupaten alor, Dengan banyaknya usaha dibidang perbengkelan ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat antara satu bengkel dengan bengkel lainnya dalam operasinya pemilik bengkel omega selalu melihat kepuasan konsumen menjadi sesuatu yang penting sehingga konsumen lebih memilih bengkel omega untuk melakukan service sepeda motor kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan oleh karyawan/tenaga kerja bengkel omega kepada para konsumen yang datang melakukan service motor pada bengkel omega kalabahi, bengkel omega kalabahi merupakan bengkel yang bergerak di bidang jasa, namun menjadi suatu hambatan bagi konsumen baik itu konsumen yang lama maupun juga yang baru mengalami antrian pelayanan hingga menyebabkan konsumen kehilangan banyak waktu, harga adalah senilai uang yang harus dibayar konsumen kepada penjual jasa di bengkel omega kalabahi, oleh sebab itu harga pada umumnya di tentukan oleh penjual atau pemilik jasa, atau/suku cadang tetepkan oleh pemilik Bengkel Omega Kalabahi juga relarif murah dan sparepart yang berada di bengkel omega juga relatif murah sehingga dapat menarik para konsumen untuk melakukan service pada bengkel tersebut lokasi operasinal Bengkel Omega Kalabahi yaitu berlokasi di jalan sudirman No. 20 Kalabahi Kabupaten Alor, lokasi yang strategis sebagai tempat perusahaan tersebut melakukan seluruh kegiatannya, karena dengan lokasi yang strategis akan lebih menguntungkan perusahaan. untuk menarik minat konsumen, agar datang pada Bengkel Omega Kalabahi, peneliti dengan secara kebetulan bertemu dengan para konsumen yang datang melakukan perbaikan motor di Bengkel Omega dan presepsi mereka ada yang mengatakan merasa puasa dengan pelayanan yang melakukan di Bengkel Omega tetapi ada juga yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang di lakukandengan adanya presepsi yang berbeda sehingga peneliti ingin mencari tau dan membuktikan kebenaran apakah ada kepuasan konsumen atau tidak, Berdasarkan urain diatas maka peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor”**.

LANDASAN TEORI

kepuasan konsumen merupakan respon dari konsumen terhadap evaluasi pengalaman yang diperoleh dari perusahaan. Jika produk dan pelayanan yang didapatkan bagus, maka konsumen akan senang jika tidak maka konsumen akan merasa kecewa. Menurut Tjiptono, (2015) Kepuasan Konsumen adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan yang diinginkan ‘kepuasan konsumen juga sebagai hasil pembelian dan pemakaian yang didapatkan dari perbandingan antara *reward* dan biasa pembeli dengan konsekuensi yang diantisipasi sebelumnya.

Kualitas pelayanan adalah tindakan dan kemampuan karyawan dalam suatu perusahaan yang dilakukan dengan penuh komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan bermutu kepada konsumen, sesama karyawan, maupun pimpinan perusahaan. Kurniansah, (2023) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah

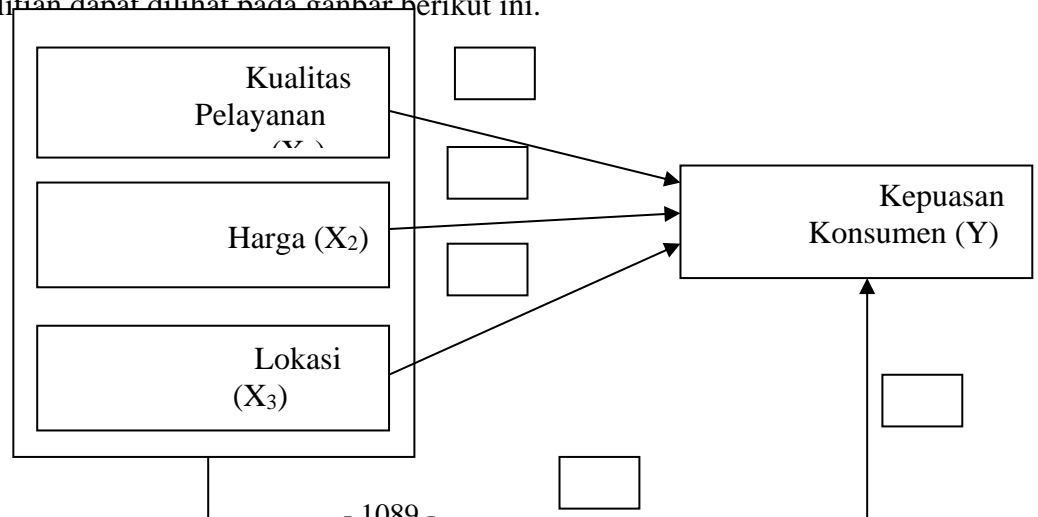
sesuatu tingkat layanan yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan dan kebutuhan konsumen atau penggunaannya, Selanjutnya juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai tingkat ketidaksesuaian antara harapan/keinginan konsumen dengan persepsi mereka.

Harga adalah nilai atau sejumlah uang yang digunakan sebagai alat tukar untuk memperoleh manfaat dari suatu barang atau jasa. Menurut Yuliyani, (2018), faktor-faktor yang dapat mempengaruhi harga di pasar adalah biaya produksi. Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk melakukan proses produksi. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku yaitu biaya yang berkaitan dengan bahan langsung dalam melakukan produksi, biaya tenaga kerja langsung yaitu tenaga kerja yang terlibat langsung dengan proses produksi.

Lokasi adalah salah satu aspek yang sangat penting sehingga perlu diperhatikan kelebihan dan kelemahan dari suatu lokasi tertentu agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Menurut Kurniansah, (2023), Lokasi merupakan faktor penting di pasar real estat. Keputusan mengenai lokasi mewakili bagian penting dalam proses perencanaan strategis hampir di setiap organisasi.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi dan sampel penelitian adalah kepuasan konsumen pada Bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Accidental Sampling (accidental) artinya penelitian secara kebetulan menemukan konsumen dan meminta kesediaannya untuk menjadi responden yaitu sebanyak 30 orang responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi langsung, wawancara tidak berstruktur, kuesioner dan studi dokumentasi. Teknik analisis menggunakan 2 tahapan analisis yaitu analisis pendahuluan dan analisis lanjutan. Analisis pendahuluan terdiri atas analisis deskriptif jawaban responden, analisis uji kuesioner dan analisis uji asumsi klasik. Analisis lanjutan terdiri atas analisis regresi linear berganda, analisis uji t dan analisis uji F. Hipotesis penelitian ini adalah : (1) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Omega kalabahi Kabupaten Alor. (2) Harga berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel Omega kalabahi Kabupaten Alor. (3) Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Omega kalabahi Kabupaten Alor. (4) Kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada Bengkel Omega kalabahi Kabupaten Alor. Kergangka dasar penelitian dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Keterangan :
 : Pengaruh secara parsial →
 : Pengaruh secara simultan ↗

Gambar 1.
Kerangka Dasar Pemikiran

HASIL PENELITIAN

1. Hasil Uji Instrumen

Hasil uji validitas dan uji reliabilitas unruk masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan (X_1) dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.
 Hasil Uji Validitas Variabel kualitas pelayanan (X_1)

<i>Pertanyaan</i>	<i>PearsonCorrelation</i>	<i>rtabel</i>	<i>Keterangan</i>
P1	0,586	0,3	Valid
P2	0,704	0,3	Valid
P3	0,763	0,3	Valid
P4	0,521	0,3	Valid
P5	0,674	0,3	Valid

Sumber data penelitian olahan SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan diketahui nilai *rhitung* (*Pearson Correlation*) untuk semua item pertanyaan lebih besar dari 0,3. Dengan demikian maka seluruh item pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid.

b) Hasil uji validitas variabel harga (X_2) dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2.
 Hasil Uji Validitas Variabel harga (X_2)

<i>Pertanyaan</i>	<i>PearsonCorrelation</i>	<i>rtabel</i>	<i>Keterangan</i>
P1	0,617	0,3	Valid
P2	0,817	0,3	Valid
P3	0,551	0,3	Valid
P4	0,777	0,3	Valid
P5	0,792	0,3	Valid

Sumber data penelitian olahan SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji validitas variabel harga diketahui nilai *rhitung* (*Pearson Correlation*) untuk semua item pertanyaan lebih besar dari 0,3. Dengan demikian maka seluruh item pernyataan untuk variabel harga dinyatakan valid.

c) Hasil uji validitas variabel lokasi (X_3) dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.
 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X_3)

<i>Pertanyaan</i>	<i>PearsonCorrelation</i>	<i>rtabel</i>	<i>Keterangan</i>
P1	0,656	0,3	Valid
P2	0,685	0,3	Valid
P3	0,807	0,3	Valid

P4	0,716	0,3	Valid
P5	0,683	0,3	Valid

Sumber data penelitian olahan SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji validitas variabel lokasi diketahui nilai *rhitung* (*Pearson Correlation*) untuk semua item pertanyaan lebih besar dari 0,3. Dengan demikian maka seluruh item pernyataan untuk variabel lokasi dinyatakan valid.

d) Hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen (Y) dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.
Hasil Uji Validitas Variabel kepuasan konsumen (Y)

<i>Pertanyaan</i>	<i>PearsonCorrelation</i>	<i>rtabel</i>	<i>Keterangan</i>
P1	0,641	0,3	Valid
P2	0,642	0,3	Valid
P3	0,816	0,3	Valid
P4	0,843	0,3	Valid
P5	0,843	0,3	Valid

Sumber data penelitian olahan SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen diketahui nilai *rhitung* (*Pearson Correlation*) untuk semua item pertanyaan lebih besar dari 0,3. Dengan demikian maka seluruh item pernyataan untuk variabel kepuasan konsumen dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terdapat pertanyaan kuesioner atau stabil dari waktu ke waktu. Tes reliabilitas untuk skala likert paling sering menggunakan analisis item tertentu dikorelasikan dengan skor totalnya titik. Untuk *Coronbach Alpha* yang kurang dari 0,6 dinyatakan gugur atau tidak reliabel. Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas pada empat variabel penelitian.

Tabel 5.
Hasil Uji Reabilititas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Syarat	Keterangan
Kualitas pelayanan (X_1)	0,654	0,6	Reliebel
Harga (X_2)	0,760	0,6	Reliebel
Lokasi (X_3)	0,748	0,6	Reliebel
Kualitas pelayanan (Y)	0,812	0,6	Reliebel

Sumber data penelitian olahan SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.12 di atas diketahui nilai *Cronbach Alpha* variabel kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), dan lokasi (X_3) kepuasan konsumen (Y) dalam penelitian ini lebih besar dari 0,6 maka dengan demikian variabel independen dan variabel dependen dinyatakan reliabel

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Tujuan dilakukan uji asumsi klasik adalah untuk mendapatkan model regresi tidak biasa sesuai dengan kaidah uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji hererokedastsitas dan uji linearitas.

a) Hasil uji normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*, dengan indikator bila nilai signifikan uji *Kolmogorov Smirnov* lebih besar dari alfa (0,05) maka dapat dikatakan data terdistribusi normal.

Tabel 6.
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.57927184
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.093
	Negative	-.057
Test Statistic		.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber data penelitian olahan SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel di atas hasil uji normalitas yang dibuktikan dengan hasil uji *one sample kolmogrov smirnov test* diketahui nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar $0,200 > 0,05$ atau 5%. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini dinyatakan terdistribusi normal.

b) Hasil uji hererokedastsitas

Untuk menguji *heterokedastisitas* tersebut dengan melihat nilai signifikan pada uji *gletser*. Bila nilai signifikan nilai t uji *gletser* lebih besar dari 0,05 pada setiap variabel independen, maka dapat dikatakan tidak terjadi gejala *heterokedastisitas*.

Tabel 7
Uji Heterokedastisitas (uji *glejser*)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.234	.756		.309
	X1	.012	.044	.080	.276
	X2	-.001	.066	-.004	.010
	X3	-.001	.057	-.008	.019

Sumber data penelitian olahan SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat dari uji *heterokedastisitas* menggunakan uji *gletser* diketahui bahwa nilai signifikan pada variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi lebih besar dari 0,05 atau 5%, ini berarti data ini tidak terjadi masalah *heterokedastisitas*.

c) Hasil uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada tidaknya korelasi yang kuat antara variabel dependen dengan variabel independen. Penelitian yang baik apabila tidak terjadi multikolinearitas. Nilai uji multikolinearitas dilihat dari nilai tolerance atau nilai VIF. Data penelitian yang baik adalah jika tidak terjadi multikolinearitas dengan nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1.

Tabel 8
Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	IF
	(Constant)	4.549	1.303		3.490	.002		
	X1	.606	.077	.568	7.906	.000	.456	.193
	X2	.285	.114	.251	2.512	.019	.236	.242
	X3	.228	.098	.236	2.326	.028	.229	.366

Sumber data penelitian olahan SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel dapat dilihat dari hasil uji multikolinearitas pada variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi memperoleh nilai tolerance diatas nilai batas yaitu 0,1. `demikian juga variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi memperoleh nilai dibawah batas yaitu 10. Hasil ini menyimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

d) Hasil uji linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas memiliki hubungan linear dengan variabel terikat.

1) Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan

Tabel 9.

Hasil Uji Linearitas Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
*	Betw X1	140.902	2	70.451	37.787	.000
	een Groups					
	(Combined)					

* X3	Between Groups	(Combined)	12 7.943	18 .278	1 3.031	000
		Linearity	11 7.704	11 7.704	8 3.918	000
		Deviation from Linearity	10 .239	1 .707	1 .217	335
		Within Groups	30 .857	1 403		
		Total	15 8.800	2 9		

Sumber data penelitian olahan SPSS 25 (2023)

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai deviation from linearity dari tiap perkalian antara variabel kepuasan konsumen dengan variabel lokasi mendapatkan nilai signifikan dari uji F dengan nilai diatas dari nilai alfa (0,05) atau 5%. Dengan demikian maka variabel lokasi mempunyai hubungan yang linear dengan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen.

4. Hasil Analisis Lanjutan

a) Hasil analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen pada Bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor.

Tabel 12
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	-4.549	1.303		-3.490	.002
	X1	.606	.077	.568	7.906	.000
	X2	.285	.114	.251	2.512	.019
	X3	.228	.098	.236	2.326	.028

Sumber data penelitian olahan SPSS 25 (2023)

Berdasarkan hasil analisis data seperti terlihat pada tabel di atas diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -4.549 + 0,606X_1 + 0,285X_2 + 0,228X_3 + e$$

Dari hasil persamaan regresi tersebut diatas maka dapat di jelaskan sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar -4.549 mengandung arti bahwa jika semua variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yakni variabel kepuasan konsumen,

harga dan lokasi bernilai konstan atau nol (0) maka nilai variabel Y sudah ada sebesar -4.549

- b. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,606 nilai ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel kualitas pelayanan sebesar satu kali maka akan mengakibatkan variabel kepuasan konsumen mengalami peningkatan sebesar 60,6% nilai Koefisien ini bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan konsumen.
 - c. Nilai koefisien regresi variabel harga (X_2) sebesar 0,285 nilai ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel harga sebesar satu kali maka akan mengakibatkan variabel kepuasan konsumen mengalami peningkatan sebesar 28,5% nilai Koefisien ini bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel harga dan variabel kepuasan konsumen
 - d. Nilai koefisien regresi variabel lokasi (X_3) sebesar 0,228 nilai ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan lokasi sebesar satu kali maka akan mengakibatkan variabel kepuasan konsumen mengalami peningkatan sebesar 22,8% nilai Koefisien ini bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel lokasi dan variabel kepuasan konsumen.
- b) Uji t (Uji parsial)

Uji t atau uji parsial dimaksudkan untuk menguji hipotesis pertama, kedua dan ketiga yakni untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai signifikan uji t dengan nilai alfa dengan criteria pengambilan keputusan sebagai berikut;

- Jika nilai signifikan uji t \geq nilai alfa, maka menerima hipotesis.
- Jika nilai signifikan $<$ nilai alfa, maka menolak nilai signifikan.

Tabel 13
Hasil Uji parsial(uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.549	1.303		-3.490	.002
	X1	.606	.077	.568	7.906	.000
	X2	.285	.114	.251	2.512	.019
	X3	.228	.098	.236	2.326	.028

Sumber data penelitian olahan SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel di atas maka pengujian hipotesis penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Hipotesis 1 pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil analisis data dalam tabel 4.20 menunjukkan nilai signifikan uji t variabel kualitas pelayanan dimana nilai ini lebih kecil dari alfa ($0,000 < 0,05$). Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor diterima.

b. Hipotesis 2 pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil analisis data dalam tabel 4.20 menunjukkan nilai signifikan uji t variabel harga dimana nilai ini lebih kecil dari alfa ($0,019 < 0,05$). Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor diterima.

c. Hipotesis 3 pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil analisis data dalam tabel 4.20 menunjukkan nilai signifikan uji t variabel lokasi dimana nilai ini lebih kecil dari alfa ($0,028 < 0,05$). Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor diterima.

c) Uji F (Uji simultan)

Uji t atau uji parsial dimaksudkan untuk menguji keseluruhan variabel independen yaitu: kepuasan konsumen, harga dan lokasi terhadap satu variabel dependen yaitu kepuasan konsumen pada Bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai signifikan uji F dengan nilai alfa dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut;

- Jika nilai signifikan uji t \geq nilai alfa, maka menerima hipotesis.
- Jika nilai signifikan $<$ nilai alfa, maka menolak nilai signifikan.

Tabel 14.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. Regression	149.069	3	49.690	132.763	.000 ^b
Residual	9.731	6	.374		
Total	158.800	9			

Sumber data penelitian olahan SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.21 di atas maka pengujian hipotesis penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Hipotesis 4 pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil analisis data dalam tabel 4.21 menunjukkan nilai signifikan uji F variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi dimana nilai ini lebih kecil dari alfa ($0,000 < 0,05$). Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor diterima.

d) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini dimaksud untuk menguji hipotesis yang kelima yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen berdasarkan nilai R Square yaitu bisa dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 15
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
				R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.969 ^a	.939	.612	.939	13.39			.000

Sumber data penelitian olahan SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel di atas maka pengujian hipotesis penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Pengujian hipotesis 6 seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil analisis data dalam tabel 4.22 di atas maka menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,939 hal ini berarti bahwa besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen sebesar 93,9%

KESIMPULAN

1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor
2. Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor.
3. Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor
4. Kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor
5. Besar pengaruh kualitas pelayanan harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor adalah Sebesar 93,9%

DAFTAR PUSTAKA

ANIGOMANG, F. R., & MARULI, E. (2017). ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (“STUDY KASUS PADA PERUSAHAAN KOPI BUBUK DORBANG KABUPATEN ALOR-NTT).

Anigomang, F. R., Tang, S. A., & Maruli, E. (2023). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(1), 698-709.

- Awang, M. Y., Peny, T. L. L., Maruli, E., & Anigomang, F. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi di Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(23), 767-778.
- Fandy Tjiptono, (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Fardiani, A., Azhad, M. N., & Rozi, A. F. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Pada Bengkel Ahas Berkah Jaya Motor Ii. *Makro: Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(1), 1-16.
- Firdaus, F., Yufrinalis, M., Fil, S., Putri, R., Supriyanto, S. A. B., Peny, T. L., ... & Ardi Afrizal, S. E. (2021). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Kotler, P Dan Armstrong. 2018. *Prinsip-Prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kurniansyah, K., Hakimah, E. N., & Djoko S, E. D. Y. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahas Motor Nganjuk* (Doctoral Dissertation, Universitas Nusantara PGRI Kediri).
- Mahendra, D., Wihara, D. S., & Soeprajitno, E. D. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Garage Manual Tech Nganjuk* (Doctoral Dissertation, Universitas Nusantara PGRI Kediri).
- MARULI, E. (2018). PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA JASA PASAR KADELANG, KABUPATEN ALOR, PROPINSI NUSA TENGGARA TIMUR. *e-Journal Universitas Tribuana Kalabahi*, 1(1), 86-104.
- Maruli, E., & Tang, S. A. (2018). EFFECT DIMENSIONS QUALITY OF CUSTOMER SATISFACTION KALABAHI DISTRICT BRANCH BANK NTT ALOR. *e-Journal Universitas Tribuana Kalabahi*, 1(1), 93-93.
- Maruli, E., Anigomang, F. R., & Maro, Y. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Suasana Tempat Terhadapkepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(23), 742-754.
- Maruli, E., Gorang, A. F., Tang, S. A., & Peny, T. L. (2022). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Simpan Pinjam Lego-Lego Kalabahi Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(10), 407-421.
- Mukarom, Zaenal, Dan Laksana Muhibudin. 2015. *Manajemen Public Relation*. Bandung: Cv Pustaka Setia.
- Widianti Pratiwi, M. E. G. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Nimetler Auto Detailing* (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stei) Jakarta).
- Yuliyani, Y. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Karunia Motor Pacitan* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).