



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ahas Honda Motor PT. Tunas Dwipa Matra Ceweng Diwek Jombang

Aqif Anan

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Hasyim Asy'ari

Rohmad Prio Santoso

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Hasyim Asy'ari

E-mail

Aqifanan52@gamil.com

***Abstract.** The purpose of this study was to ascertain the relationship between price and customer service quality happiness. This research was conducted at PT Tunas Dwipa Matra Jombang Diwek Girls, a subsidiary of Ahas Honda Motor. Quantitative techniques were used in this study. There were 120 reviews based on feedback from customers who had donated Ahas Honda motorcycles to PT Dwipa Matra Tunas Dwipa Diwek Jombang, but only 30 reviews could be reviewed. In order Observation, interviews, document review, and surveys were employed to gather information for this investigation. As evidenced by the statistics, customer happiness at Ahas Honda Motor PT is positively and significantly influenced by service quality. Customer satisfaction at Ahas Honda Motor PT is positively and significantly influenced by Tunas Dwipa Matra Putri Diwek Jombang and incentives.*

***Keyword :** Service quality. Price, consumer satisfaction*

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh biaya dan kualitas layanan.. Penelitian ini dilakukan di PT Tunas Dwipa Matra Jombang Diwek Girls, anak perusahaan dari Ahas Honda Motor. Teknik kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Terdapat 120 ulasan berdasarkan umpan balik dari pelanggan yang telah menyumbangkan sepeda motor Ahas Honda kepada PT. Dwipa Matra Tunas Dwipa Diwek Jombang, namun yang dapat direview hanya 30 ulasan. Dalam rangka Observasi, wawancara, kajian dokumen, dan kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini. Menurut data kebahagiaan pelanggan di Ahas Honda Motor PT kualitas layanan memiliki dampak yang besar dan menguntungkan Di Ahas Honda Motor, kualitas layanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tunas Dwipa Matra Putri Diwek Jombang dan insentif.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan. Harga, Kepuasan konsumen

LATAR BELAKANG

Transportasi yaitu suatu kebutuhan masyarakat yang hampir digunakan untuk keseharian dalam aktivitas. Di lihat dari pertumbuhan jumlah pengendara sepeda motor yang sebagian besar terjadi pada masyarakat modern saat ini ditandai dengan tingginya aktivitas dalam kehidupan sehari-hari. Akibatnya, penyedia layanan semakin mengembangkan tujuan yang lebih spesifik untuk mengonversi pelanggan yang senang menjadi konsumen yang setia, bahkan ketika persaingan muncul antara penyedia layanan yang bekerja untuk mendapatkan pangsa pasar dalam persaingan dengan merek sepeda motor tertentu bukan untuk mendapatkan konsumen yang puas. (Sholeha et al., 2018).

Kepuasan pelanggan adalah hasil dari evaluasi produk atau layanan berdampak pada seberapa puas pelanggan. Kepuasan pelanggan dihasilkan oleh suatu produk atau jasa jika menghasilkan peningkatan derajat kepuasan pelanggan setelah penggunaan.

Kesenangan pelanggan sangat erat kaitannya dengan keunggulan layanan. Salah satu taktik pemasaran yang diutamakan dalam rangka memuaskan permintaan pelanggan adalah meningkatkan kualitas pelayanan. Dalam menghasilkan layanan yang berkualitas tinggi, Ahass Honda Motor PT. Tunas Dwipa Matra melakukan berbagai upaya agar konsumen mendapatkan kualitas pelayanan yang maksimal. Berdasarkan fenomena pada Ahass Honda Motor PT. Tunas Dwipa Matra memiliki kualitas pelayanan sangat memuaskan, hal ini di dorong dengan penanganan keluhan secara cepat tanggap dan memberikan informasi yang tepat dengan pegawai yang berpengalaman.

Konsumen mempertimbangkan harga saat pembelian suatu barang atau bantuan. Dalam (Suriyanto & Istriani, 2019), Philip Kotler dan Gary Amstrong mendeskripsikan harga sebagai total uang yang dibebankan atas barang atau jasa, atau total dari skor yang harus ditukarkan konsumen untuk memperoleh akses atau memakai suatu barang atau jasa. Biaya ditawarkan pada bengkel Ahass Honda Motor PT. Tunas Dwipa Matra relative lebih murah dibanding dari harga pesaing yang ada dengan memberikan sparepart original yang bergaransi. Selain itu, Ahass Honda Motor PT. Tunas Dwipa Matra juga memberikan discount promo regular paket hemat pada setiap customer yang service motor.

Berdasarkan uraian yang ada Penulis ingin melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ahass Honda Motor PT. Tunas Dwipa Matra Ceweng Diwek Jombang”**.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Elemen kunci bagi bisnis untuk meningkatkan daya saing mereka adalah kualitas layanan. Untuk menyeimbangkan harapan konsumen, kualitas layanan memberikan penekanan yang kuat dalam berupaya untuk memenuhi kebutuhan klien dan akurasi pengiriman. Dengan membandingkan layanan yang diterima atau dialami oleh klien perusahaan dan apa yang mereka harapkan, kualitas pekerjaan dapat dinilai. (Noor & Musdalifah, 2019) . Sedangkan menurut Abdullah dalam (Sukaesih et al., 2020) Keseluruhan atribut dan ciri-ciri barang atau jasa yang menentukan seberapa baik barang atau jasa tersebut dapat memuaskan kebutuhan eksplisit maupun implisit disebut sebagai kualitas jasa.

Menurut Wijaya dalam (Aswad et al., 2018), keunggulan layanan yaitu suatu aktivitas yang menghasilkan manfaat dengan mengimplementasikan modifikasi yang diminta pelanggan sampai layanan tersebut menawarkan nilai tersendiri bagi pelanggan. Sebaliknya, Tjiptono berpendapat dalam (Faiz et al., 2019) dan upaya untuk memenuhi permintaan dan harapan pelanggan serta ketepatan pengiriman dapat disebut sebagai kualitas layanan.

Indikator Kualitas Layanan Kotler dan Keller dalam (Surianto & Istriani, 2019) ada lima yaitu sebagai berikut :

1. Bukti fisik
2. kehandalan
3. Cepat tanggap
4. Jaminan
5. Empati

Harga

Menurut Kotler dalam (Bakti & Perkasa, 2022) mendefinisikan harga merupakan harga suatu barang atau jasa, atau sejumlah uang dan skor pelanggan serahkan untuk memiliki kemampuan membeli, memanfaatkan, atau menikmati suatu barang atau jasa. Menurut Alma dalam (Maharani Purnama, 2019), harga adalah sejumlah uang atau pertimbangan lain (seperti barang dan jasa tambahan) yang diberikan dalam pertukaran untuk hak istimewa untuk memiliki sesuatu atau menggunakan layanan. Biaya didefinisikan oleh Kasmir dalam Sukaesih dkk. (2020) sebagai biaya (dalam bentuk uang) bahwa konsumen harus membayar untuk barang atau jasa yang mereka gunakan atau beli untuk disediakan. Biaya didefinisikan oleh Basu Swastha dalam Sukaesih dkk. (2020) sebagai keseluruhan jumlah uang (ditambah beberapa produk yang dibutuhkan) ditambah berbagai komoditas dan pelayanannya..

Pendapat Kotler & Amstrong dalam (Wijayanto & Rozi, 2022) Indikator kepuasan konsumen terdiri dari :

1. Harga yang terjangkau
2. Sensitivitas harga yang rendah
3. Kesetaraan harga dan kualitas produk
4. Pencocokan harga untuk keunggulan produk

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menurut Alma dalam (Maharani Purnama, 2019) adalah intensitas emosi pelanggan setelah dibandingkan dengan harapan mereka. Seseorang yang percaya bahwa mereka dihargai dari pemasok, produsen, atau penyedia jasa dikatakan puas. Sementara itu, kepuasan pelanggan menurut Sunyoto dalam (Maharani Purnama, 2019) tingkat pengaruhnya ditentukan oleh bagaimana (kinerja atau hasil) dibandingkan dengan harapan.

Tjiptono dalam artikelnya tentang kepuasan pelanggan (Anggraini & Budiarti, 2020), adalah evaluasi seberapa bagus kinerja produk atau jasa alternatif setelah dipilih, dan apakah memenuhi atau melampaui ekspektasi. Ketidakpuasan diakibatkan oleh kinerja yang tidak sesuai dengan harapan.

Menurut Tjiptono dalam (Nasirudin et al., 2019) terdapat beberapa Di antara faktor-faktor lain yang menentukan kebahagiaan konsumen adalah:

1. Satu, tolong, kesesuaian
2. Keinginan untuk kembali
3. Kesiapan untuk menyarankan

Atas dasar kerangka teori yang telah dijelaskan sebelumnya, berikut ini adalah hipotesis penelitian: H1: Kualitas Pelayanan (X1) di Ahass Honda Motor PT secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dwipa Matra Cewek Jombang Tunas H2: Pada PT. Tunas Dwipa Matra Ceweng Diwek Jombang Ahass Honda Motor H3: Baik Kebahagiaan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan dan harga di Ahass Honda Motor PT Tunas Dwipa Matra Ceweng Diwek Jombang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Ahass Honda Motor PT. Tunas Dwipa Matra, Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61471 dari bulan Maret hingga Mei 2023. Mereka yang mengunjungi lokasi penelitian berpartisipasi dalam Ahass Honda Motor PT Tunas Dwipa Matra Ceweng Diwek Jombang dan melakukan pembelian. Ukuran sampel untuk penelitian ini, yang menggunakan metode nonprobability sampling, adalah 30 responden. Dampak dari harga dan dampak dari kualitas layanan merupakan faktor independen dalam penelitian ini, sedangkan kebahagiaan pelanggan merupakan variabel dependen. Kuesioner atau angket adalah alat penelitian yang digunakan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Metode ini digunakan untuk menilai data dari penelitian ini karena merupakan teknik untuk mengelola data dan mengambil kesimpulan dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Berikut ini adalah bukti nyata, dapat diandalkan, responsif, kepastian, dan empati. lima faktor yang membentuk variabel kualitas layanan dengan total lima pernyataan, seperti yang terlihat dari hasil pengolahan data uji validitas. Dengan total empat

pernyataan, variabel harga memiliki empat indikator: keterjangkauan, daya saing, kepatuhan terhadap kualitas produk, dan kepatuhan terhadap manfaatnya. Tiga indikasi membentuk variabel kepuasan pelanggan: keinginan untuk menyarankan, minat untuk kembali, dan kesesuaian dengan harapan, masing-masing terdiri dari tiga pernyataan. Semua proposisi dalam perhitungan secara keseluruhan adalah benar, yang ditunjukkan oleh kepuasan pelanggan, harga, dan kualitas layanan mempunyai nilai r-hitung yang skor nya lebih besar dari nilai r-tabel maksimum 0,361.

Uji Reliabilitas

Harga memiliki nilai skor Cronbach alpha sebesar 0,730 dan kualitas layanan skor sebesar 0,777, dan kepuasan pelanggan 0,737 berdasarkan hasil data dan rekapitulasi uji reliabilitas. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa survei ini menggunakan adalah sudah baik karena dapat menghasilkan temuan pengukuran yang konsisten, dan semua peralatan yang digunakan di dalamnya untuk menguji setiap variabel dapat dinyatakan dapat diandalkan.

Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.69041590
Most Extreme Differences	Absolute	.143
	Positive	.099
	Negative	-.143
Test Statistic		.143
Asymp. Sig. (2-tailed)		.121 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Sesuai dengan Tabel 5, yang data pada Kolmogorov-Smirnov (K-S) adalah 0,121 dan lebih besar dari 0,05 dengan menggunakan K-S. Oleh karena itu, data residual terdistribusi dengan baik.

Uji Multikolinieritas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas

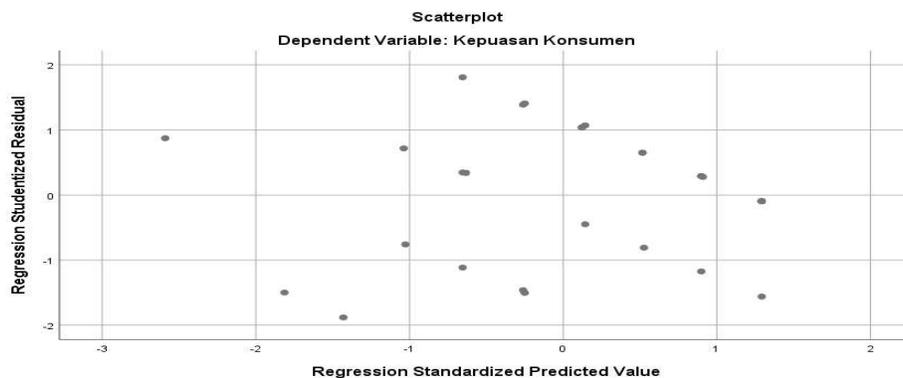
		Coefficients ^a										
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	2.729	1.699		1.607	.120						
	kualitas pelayanan	.256	.104	.407	2.468	.020	.616	.429	.341	.704	1.420	
	harga	.263	.112	.385	2.339	.027	.606	.411	.323	.704	1.420	

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Hasil uji multikolinieritas dari kedua variabel tersebut ditunjukkan pada Tabel 6 dengan nilai tolerance yaitu kualitas pelayanan yaitu $0,704 \geq 0,10$, harga $704 \geq 0,10$ dan pada nilai VIF yaitu $1,420 \leq 10$. sehingga dari ata tidak memperjelas hasil multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Grafik scatterplot menurut Gambar 1 menunjukkan bahwa jika titik-titik tersebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas, maka tidak terjadi heteroskedastisitas..

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.729	1.699		1.607	.120					
	kualitas pelayanan	.256	.104	.407	2.468	.020	.616	.429	.341	.704	1.420
	harga	.263	.112	.385	2.339	.027	.606	.411	.323	.704	1.420

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

$$Y = 2,729 + 0,256 X_1 + 0,263 X_2$$

Uji T (Uji parsial)

Tabel 8. Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.729	1.699		1.607	.120
	kualitas pelayanan	.256	.104	.407	2.468	.020
	harga	.263	.112	.385	2.339	.027

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Hasil uji T atau uji parsial dapat dipakai untuk menunjukkan bagaimana Kepuasan konsumen berdampak oleh setiap komponen kualitas layanan dan harga dengan cara yang ditunjukkan pada tabel 8 Temuan uji T.

- 1) Untuk memahami mengapa berdasarkan tabel 8 temuan uji t atau uji t tidak sempurna, nilai t hitung variabel kualitas layanan adalah 2,468, dan t tabel 1,7011 dalam hal ini. 0.20 0.05 adalah angka yang patut diperhatikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan (Y) diduga dipengaruhi secara signifikan oleh variabel kualitas layanan (X1).
- 2) Temuan uji t Tabel 8 dapat dipahami dengan memperhatikan bahwa Harga memiliki t tabel memiliki nilai 1.7011 dan 2,339 adalah nilai t hitung. Nilai yang signifikan adalah 0,027 0,05. Oleh karena itu, variabel harga (X2) memiliki dampak yang terbatas terhadap kepuasan konsumen (Y).

Uji f (Uji Simultan)

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	12.976	2	6.488	12.673	.000 ^b
Residual	13.824	27	.512		
Total	26.800	29			

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), harga, kualitas pelayanan

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil uji F, di mana F hitung adalah 12,673 dan ambang batas signifikansi adalah 0,000, lebih kecil dari 0,05. F tabel sebesar 3,34 dihasilkan dengan menggunakan persamaan F hitung sebesar $12,673 > F \text{ tabel sebesar } 3,34$ juga ditunjukkan oleh $df \ 1 = k-1$ ($3-1 = 2$) dan $df \ 2 = n-k$ ($30-2 = 28$). Akibatnya, H_0 diabaikan dan H_a diterima, yang menunjukkan bagaimana faktor harga (X_2) dan kualitas layanan (X_1) berinteraksi untuk mempengaruhi kualitas layanan cukup besar terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Ahass Honda Motor PT. Tunas Dwipa Matra Ceweng Diwek Jombang.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.696 ^a	.484	.446	.716	1.313

a. Predictors: (Constant), harga, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 2023

Nilai skor Adjusted R Square ditampilkan dalam tabel di atas berjumlah sebesar 0,446 menjadi dasar dari nilai koefisien determinasi. Hasilnya, kepuasan pelanggan (Y), dimana variabel-variabel tersebut berdampak pada Biaya dan tingkat layanan secara bersama-sama mencapai 44,6% dari total, dengan faktor eksternal mempengaruhi 55,4% dari persamaan tersebut.

Pembahasan

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Ahass Honda Motor PT. Tunas Dwipa Matra Ceweng Diwek Jombang.

Analisis data dan temuan pengujian hipotesis mempertimbangkan temuan-temuan penelitian kepuasan pelanggan di Ahass Honda Motor PT Tunas Dwipa Matra Ceweng Diwek Jombang. Kualitas layanan mempunyai pengaruh yang tinggi dan menguntungkan. Oleh karena itu, hipotesis pertama, atau H1, Hal ini menegaskan bahwa kebahagiaan kualitas layanan mempunyai pengaruh yang baik dan hubungan terhadap pelanggan, terbukti kebenarannya melalui penelitian ini. Indikator yang paling mempengaruhi adalah kehandalan (reliability) dengan nomor item 2 yang mana berkaitan tentang karyawan Ahass Honda Motor PT. Tunas Dwipa Matra. Kehandalan (reliability) yang diberikan kepada konsumen Ahass Honda Motor PT. Tunas Dwipa Matra yaitu penyampaian spesifikasi dan informasi yang tepat, menyelesaikan servis dengan tepat waktu sesuai waktu yang dijanjikan, dan menyelesaikan dengan keluhan dan permintaan konsumen.

Temuan Penelitian ini sejalan dengan penelitian Prayogie (2019) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan Bengkel Zul Keluarga Jaya memiliki pengaruh yang baik dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Naufal "Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan Bertujuan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Citilink di Semarang" (2019) menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, yang merupakan faktor terpenting dalam loyalitas pelanggan. memberikan dukungan pada kesimpulan ini.

2. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Ahass Honda Motor PT. Tunas Dwipa Matra Ceweng Diwek Jombang.

Berdasarkan analisis data dan hasil pengujian hipotesis, harga Ahass Honda Motor PT. Tunas Dwipa Matra Ceweng Diwek Jombang, harga berpengaruh

menguntungkan dan penting bagi kebahagiaan klien. Hasilnya, Hipotesis kedua, atau H2, bahwa harga (X2) memiliki dampak positif dan cukup besar terhadap kualitas produk, didukung oleh penelitian ini. kepuasan pelanggan. Persaingan harga dengan item nomor 2 merupakan sinyal yang paling berpengaruh. Harga yang diberikan Ahass Honda Motor PT. Tunas Dwipa Matra mampu bersaing dengan harga yang ada pada bengkel lain, seperti pemberian harga dengan adanya promo servis.

Temuan penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Musyaffa dan Ngatno (2019) yang berjudul "Pengaruh Harga Terhadap Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel", yang menemukan bahwa harga memiliki pengaruh yang baik dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan penumpang Kereta Api Kelas Eksekutif PT Argo Sindoro. KAI DAOP IV SEMARANG. Menurut penelitian "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bintang Ponsel Pekanbaru" (Surbendi & Komara, 2019), harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Bintang Ponsel Pekanbaru, yang mendukung temuan tersebut.

3. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Ahass Honda Motor PT. Tunas Dwipa Matra Ceweng Diwek Jombang.

Analisis data dan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan (Y) secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas layanan (X1) dan harga (X2). Hal ini terlihat jelas dari hasil analisis studi yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan SPSS bahwa variabel independen, yaitu kualitas layanan (X1) dan harga (X2), memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). kerja dan harga mampu menjelaskan perubahan kepuasan konsumen sebesar 44,6% berdasarkan nilai R squared yang telah dikonversikan pada tabel koefisien determinasi sebesar 0,446. Sedangkan 55,4% kepuasan pelanggan berhubungan dengan faktor-faktor selain variabel-variabel personal.

Hasil temuan ini konsisten dengan penelitian lain mengenai nilai-nilai kualitas layanan dan kepuasan pelanggan didukung oleh penelitian sebelumnya dari " Menurut Avianty dan Waloejo (2020), "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Coffee Stove Syndicate Semarang", kebahagiaan

konsumen terhadap Coffee Stove Syndicate dipengaruhi oleh ketiga faktor tersebut. Menurut penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kantor Pos Indonesia Kota Tangerang" (Sudaryana, 2020), kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dievaluasi dengan baik, mendukung temuan ini bersamaan dengan pelanggan. Puas dengan perusahaan PT Pos Indonesia Kota Tangerang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Menurut penelitian dan perhitungan analisis data mengenai hubungan antara usia konsumen, kualitas pelayanan, dan harga di Ahas Honda Motor PT Tunas Dwipa Matra Ceweng Diwek Jombang, kualitas pelayanan memiliki dampak yang baik dan cukup besar terhadap kepuasan pelanggan; harga memiliki dampak positif dan signifikan yang serupa; dan kualitas layanan dan harga berdampak pada konsumen Ahas Honda Motor PT Tunas Dwipa Matra Ceweng Diwek Jombang.

Dari kesimpulan diatas maka dapat diberikan saran bahwa Pelayanan yang diberikan oleh Ahas Honda Motor PT. Tunas Dwipa Matra Ceweng Diwek Jombang supaya dipertahankan dan meningkatkan lagi kualitas pelayanan terumata dalam melayani konsumen, mempertahankan kestabilan harga dan meningkatkan promo pada Ahas Honda Motor PT. Tunas Dwipa Matra terutama dalam memberikan harga promo supaya lebih dipertahankan, sebaiknya lebih memperhatikan permintaan tentang keluhan dan keinginan konsumen, dan Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan Studi ini dapat berfungsi sebagai cetak biru untuk studi tentang nilai dan biaya layanan dengan sampel yang lebih luas dan objek penelitian yang berbeda.

DAFTAR REFERENSI

- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Aswad, S., Realize, R., & Wangdra, R. (2018). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center. JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2). <https://doi.org/10.33884/jimupb.v6i2.681>
- Avianty, V., & Waloejo, H. D. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Stove Syndicate Semarang. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 465–474. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28748>

- Bakti, R., & Perkasa, E. M. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Journal of Economics and Business UBS*, 8(1), 1–17. <https://doi.org/10.52644/joeb.v8i1.13>
- Faiz, F. I., Kurniawan, I. S., & Welsa, H. (2019). *Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Driver Online Grab Di Yogyakarta*. *Manajemen Dewantara*, 3(1), 161–170. <https://doi.org/10.26460/md.v3i1.7656>
- Maharani Purnama, P. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Wedding Organizer Di Kota Prabumulih*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 140. <https://doi.org/10.32502/jimn.v7i2.1564>
- Musyaffa, N., & Ngatno. (2019). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Penumpang Kereta Api Kelas Eksekutif Argo Sindoro PT. KAI DAOP IV Semarang)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 1–10. <https://doi.org/10.14710/jiab.2019.24638>
- Nasirudin, M., Yulisetiari, D., & Suroso, I. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Word Of Mouth Perusahaan Conato Di Jember*. 68–86. <https://doi.org/10.31967/relasi.v14i1.250>
- Naufal, M. A., & Yoestini. (2019). *Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Bertujuan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Citilink Di Semarang*. *Diponegoro Journal Of Management*, 8(2), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Noor, M. F., & Musdalifah. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online (Go-Jek). Sebatik*, 498–504. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v23i2.804>
- Prayogie, Z. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Zul Keluarga Jaya*. *Sultanist: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 40–47. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v6i2.126>
- Priwastyani, T., Wahyu Fitriadi, B., & Muhamad Pauzy, D. (2022). *Pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Bakso Baturetno*. *Insight Management Journal*, 3(1), 11–21. <https://doi.org/10.47065/imj.v3i1.212>
- Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(1), 15. <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i1.6465>
- Subhan, R., A, D. W., & Maryono. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Tv Kabel Amaco Media Landasan Ulin Banjarbaru*. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 8(2), 6–9. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i2.17927>
- Sudaryana, Y. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang*. *Journal of Management Review*, 4(1), 447–455. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>

- Syahidin, & Adnan. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Fandika Di Wariji Kecamatan Bebesen Kabupaten Aceh Tengah*. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 1(2), 01–16.
- Sukaesih, D., Mulyani, A., & Usman, B. (2020). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. TIKI JNE Sub Agen Kayuagung*. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(1), 18. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i1.4288>
- Surbendi, & Komara, A. H. (2019). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bintang Ponsel Pekanbaru*. *Kurs : Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 4(1), 30–44. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>
- Surianto, K. N., & Istriani, E. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab-Cardi Yogyakarta*. *Prosiding SENDI -U 2019*, 345-358. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendu/article/view/7380>
- Wijayanto, E. P., & Rozi, F. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Transportasi Online*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, XXVII(3), 235–250.