

Analisis Kualitas Produk, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Iwan Motor Honda Autoclinic

Dimas Pangestu¹, Tri Ratna Pamikatsih²

^{1,2}Manajemen, STIE Surakarta, Surakarta, Indonesia

E-mail: : gendon13002@gmail.com¹, triratna.pamikatsih@gmail.com²

Abstrak

Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana kualitas produk, harga, dan fasilitas mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan di bengkel Iwan Motor. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah populasi seluruh pelanggan bengkel. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Rosceodiperoleh sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis menggunakan metode analisis uji kualitas (uji validitas, uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heterokedastisitas) analisis regresi berganda dan uji hipotesis (uji t dan uji koefisien determinan). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Fasilitas dan Kepuasan Pelanggan

Abstract

This study aims to determine how product quality, price, and facilities influence customer satisfaction at Iwan Motor workshop. The research method used is a quantitative approach. The population in this study consists of all customers of the workshop. The sampling technique uses the Roscoe formula, resulting in a sample of 100 respondents. The analysis method includes quality tests (validity test and reliability test), classical assumption tests (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), multiple regression analysis, and hypothesis testing (t-test and coefficient of determination test). The results of this study indicate that product quality and facilities have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Halal Label, Purchasing Decision.

PENDAHULUAN

Persaingan antar perusahaan di pasar global semakin sengit, sehingga setiap organisasi harus terus melakukan inovasi agar tetap bisa bersaing dan menjadi yang terbaik. Inovasi menjadi faktor utama dalam menciptakan keunggulan melalui peningkatan mutu produk, layanan, harga, waktu, dan keamanan, yang berdampak pada produktivitas dan efisiensi. Kemajuan ekonomi dan teknologi turut mendorong pertumbuhan industri, termasuk sektor otomotif, yang menghadapi persaingan tinggi. Per february 2025 Berdasarkan data Kemenperin, populasi kendaraan listrik di Indonesia meningkat 78,2% pada tahun 2024, menunjukkan perubahan tren industri. Persaingan ini juga dipengaruhi oleh faktor akuntabilitas manajemen dan dinamika pasar (Zulva & Ali, 2025). Industri otomotif merupakan sektor yang sangat dinamis, terus berkembang mengikuti perubahan teknologi, tren pasar, dan perilaku konsumen. Dari kendaraan berbahan bakar fosil Pergeseran menuju kendaraan listrik menunjukkan inovasi berkelanjutan di tengah persaingan global yang semakin ketat. Untuk tetap bertahan, perusahaan perlu memiliki visi jangka panjang dan strategi adaptif. Selain itu, kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan interaksi langsung antara konsumen dengan karyawan, yang mencerminkan sikap serta keahlian penyedia

layanannya (Asti & Ayuningtyas, 2020)

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau tidak senang yang muncul setelah seseorang membandingkan hasil dari produk yang digunakan dengan harapan yang mereka miliki. Konsumen akan merasa puas jika keinginan mereka terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan apa yang diharapkan. Semakin ada nilai tambah dari suatu produk, semakin puas pelanggan dan kemungkinan mereka kembali membeli produk tersebut juga semakin besar. Kepuasan konsumen bisa dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti kualitas barang, pelayanan, kegiatan penjualan, dan nilai-nilai perusahaan (Maulidiah et al., 2023)

Bengkel Iwan Motor Honda Autocinic merupakan bengkel ternama di Kota Solo yang berlokasi strategis di Jalan Papagan, Dusun II, Makamhaji, Kartasura, Sukoharjo. Letaknya yang dekat dengan jalan utama, pemukiman, dan pusat aktivitas masyarakat memudahkan pelanggan untuk datang melakukan servis kendaraan. Bengkel ini menawarkan berbagai layanan, mulai dari servis ringan, servis berkala, hingga penggantian suku cadang. Dengan area parkir luas, fasilitas, dan pelayanan ramah, bengkel ini menjadi pilihan utama bagi pengguna kendaraan bermotor. Didukung teknisi berpengalaman serta sistem kerja yang rapi dan terjadwal, Bengkel Iwan Motor mampu memberikan pelayanan cepat, profesional, dan memastikan kendaraan kembali dalam kondisi optimal.

Tabel 1 Jumlah Mobil Masuk Bengkel Iwan Motor Honda Autocinic Per tahun (2020-2024)

Tahun	Rata-rata Mobil per Hari	Hari Operasional	Total Mobil Masuk/Tahun
2020	10 Mobil	300 Hari	3.000 unit
2021	12 Mobil	305 Hari	3.660 unit
2022	15 Mobil	310 Hari	4.650 unit
2023	18 Mobil	315 Hari	5.670 unit
2024	20 Mobil	320 Hari	6.400 unit

Sumber : Data operasional asli dari buku servis bengkel

Berdasarkan data buku servis Bengkel Iwan Motor Honda Autocinic, jumlah kendaraan yang masuk menunjukkan tren peningkatan setiap tahun, menandakan meningkatnya kepercayaan pelanggan dan pertumbuhan operasional bengkel. Pada 2020 tercatat 3.000 unit kendaraan diservis, meningkat menjadi 3.660 unit pada 2021, 4.650 unit pada 2022, 5.670 unit pada 2023, dan mencapai 6.400 unit pada 2024. Peningkatan ini mencerminkan mutu layanan, kualitas perbaikan, serta profesionalisme teknisi yang semakin baik. Selain itu, lokasi bengkel yang strategis di wilayah Solo turut mendukung bertambahnya jumlah pelanggan setiap tahunnya.

Kualitas pelayanan bengkel menjadi indikator utama Kepuasan konsumen. Berdasarkan ulasan di Google, Bengkel Iwan Motor Honda Autocinic mendapat banyak tanggapan positif dengan mayoritas rating bintang 4–5. Pelanggan menilai teknisi bekerja profesional, hasil servis memuaskan, dan pelayanan ramah serta sigap dalam menangani keluhan. Dari sisi harga, Bengkel Iwan Motor menawarkan tarif servis yang terjangkau dan transparan sehingga pelanggan dapat mengetahui rincian biaya dengan jelas tanpa khawatir adanya tambahan tersembunyi karena dijelaskan sebelum pengerjaan. Tidak hanya itu, produk dan suku cadang yang digunakan juga berkualitas baik dan sesuai standar, sehingga hasil perawatan maupun perbaikan kendaraan lebih

optimal dan tahan lama.

Bengkel Iwan Motor dikenal sebagai salah satu bengkel dengan pelayanan yang baik dan fasilitas ruang tunggu somoking area dan non semoking yang nyaman bagi para pelanggannya. Di ruang tunggu, pelanggan dapat menikmati suasana bersih dan sejuk berkat adanya AC serta tempat duduk yang empuk. Selain itu, tersedia pula fasilitas pendukung seperti WiFi gratis, televisi, dan minuman ringan berupa teh atau kopi yang dapat dinikmati selama menunggu kendaraan diservis. Hal ini membuat pelanggan merasa betah dan tidak bosan selama proses perbaikan berlangsung. Kombinasi antara harga, kualitas produk dan kenyamanan fasilitas yang bersahabat, menjadikan Bengkel Iwan Motor sebagai pilihan yang tepat bagi pelanggan yang mengutamakan kepuasan dan kepercayaan dalam layanan otomotif.

Tujuan penelitian ini ialah menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Iwan Motor Honda Autocinic).

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau tidak senang seseorang yang terjadi setelah membandingkan hasil produk yang didapat dengan harapan yang ada. Keuntungan penting dari kepuasan pelanggan bagi bisnis adalah untuk menjaga kelangsungan hidup bisnis dalam jangka panjang. Kepuasan pelanggan menjadi ukuran penting apakah bisnis mampu bertahan atau tidak. Jika pelanggan merasa tidak puas, mereka tidak akan kembali dan mungkin juga akan menyampaikan keluhan mereka kepada orang lain. Hal ini tentu saja bisa menjadi ancaman bagi bisnis. Kepuasan pelanggan merupakan aspek yang signifikan dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan, karena mencerminkan sejauh mana produk atau layanan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Kepuasan ini muncul ketika pelanggan merasakan bahwa nilai yang mereka peroleh dari suatu produk atau jasa sesuai dengan harapan yang telah mereka bentuk sebelumnya (Andayani et al., 2023)

Tjiptono dalam (Indrasari, 2019) mengemukakan beberapa indikator kepuasan konsumen, yaitu:

1. kesesuaian harapan, yakni ketika produk atau layanan sesuai atau melebihi ekspektasi.
2. pembelian ulang (repurchase), yaitu minat konsumen untuk kembali membeli.
3. word-of-mouth, berupa rekomendasi positif berdasarkan pengalaman memuaskan.

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah salah satu hal yang menjadi pertimbangan utama dalam kepuasan konsumen bisa berupa barang atau jasa setelah melakukan transaksi dalam suatu produk. Kualitas produk menjadi tolok ukur sebuah produk terhadap kepuasan konsumen, Maka dari itu dengan adanya kualitas produk yang baik akan memenuhi keinginan konsumen terhadap suatu produk (Kumrotin & Susanti, 2021)

Mullins, Orville. Larreche, dan Boyd (2008 : 19) Berpendapat dalam menjaga keunggulan dalam persaingan pasar, seorang penyedia jasa atau produk harus mengetahui faktor-faktor yang menentukan kualitas suatu produk.

Kualitas produk dapat dilihat melalui beberapa indikator berikut:

.....

1. Kinerja (Performance): Merupakan manfaat utama dari sebuah produk yang dibeli. Fungsi dasar dari produk atau jasa ini menjadi acuan utama dalam menilai kualitasnya. Kinerja produk sangat berpengaruh terhadap bagaimana produk itu bekerja dan memenuhi kebutuhan konsumen.
2. Daya tahan (Durability): Artinya produk mampu bertahan dalam waktu yang lama. Semakin lama daya tahan produk, semakin jarang konsumen perlu menggantinya. Semakin sering produk digunakan, semakin tinggi daya tahannya.
3. Kesesuaian dengan spesifikasi (Conformance to specifications): Produk dikatakan baik jika memenuhi standar atau spesifikasi yang telah ditentukan. Jika produk memiliki parameter yang lebih baik dari standar, maka kualitasnya dianggap lebih baik.
4. Fitur (Features): Merupakan tambahan yang dirancang agar produk lebih menarik bagi konsumen. Fitur yang unik dan inovatif bisa meningkatkan kualitas produk, terutama jika pesaing belum memiliki fitur serupa. Fitur ini juga memberikan manfaat tambahan bagi konsumen.
5. Reliabilitas (Reliability): Menunjukkan seberapa besar kemungkinan produk bekerja dengan baik dalam jangka waktu tertentu. Produk yang dapat diandalkan adalah produk yang jarang mengalami kerusakan.
6. Estetika (Aesthetics): Meliputi bentuk, warna, aroma, dan kesan visual dari produk. Aspek ini penting karena konsumen bisa tertarik pada produk berdasarkan penampilannya.
7. Kesan kualitas (Perceived quality): Konsumen sering kali tidak langsung mengenal produk, sehingga mereka memperoleh informasi melalui iklan, merek, harga, dan asal negara produk tersebut. Kesan kualitas ini membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas produk.

Harga

Harga adalah salah satu elemen dalam strategi pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan yang lainnya menghasilkan biaya. Harga mencakup semua jenis biaya yang dikeluarkan oleh pembeli untuk memperoleh, memiliki, dan memanfaatkan barang atau jasa tertentu. Harga bersifat fleksibel, artinya bisa disesuaikan dengan cepat (Sari, 2021)

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:278), ada empat indikator yang menunjukkan keberhasilan harga, yaitu:

1. Keterjangkauan harga
Sebuah produk disebut menarik jika harganya bisa dijangkau oleh para pembeli. Harga yang terjangkau akan membuat pembeli tertarik untuk membeli produk tersebut kembali.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
Perusahaan dikatakan berhasil jika harga produk sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Jika kualitas produk baik namun harga terlalu tinggi, konsumen tetap bisa menerima karena ada kesesuaian antara kualitas dan harga.
3. Daya saing harga di pasar
Untuk mengalahkan kompetitor, sebuah perusahaan harus menawarkan harga atau produk yang berkualitas agar bisa bersaing dengan perusahaan lain.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat
Harga yang diberikan oleh penyedia jasa harus seimbang dengan manfaat yang diberikan. Jika harga tinggi, maka manfaat yang diberikan juga harus sesuai dan lebih besar.

Fasilitas

Fasilitas adalah berbagai peralatan fisik yang disediakan oleh penyedia jasa untuk

meningkatkan kenyamanan pengguna. Fasilitas juga berupa hal-hal yang membantu mempermudah dan memperlancar proses kerja agar pelayanan yang diberikan tetap berkualitas. Setiap perusahaan menggunakan fasilitas dengan berbagai bentuk, jenis, dan manfaat. Semakin besar tingkat aktivitas perusahaan, semakin lengkap pula sarana dan fasilitas yang disediakan untuk mendukung kualitas pelayanan yang diberikan (Maulidiah et al., 2023)

Menurut (Relitania, 2017, p. 21), terdapat dua bagian indikator fasilitas yaitu:

1. Bukti Fisik
 - a) Ruang lobby yang nyaman, bersih, dan rapi untuk digunakan.
 - b) Fasilitas ruang tunggu yang nyaman.
 - c) Ada tempat parkir yang cukup.
 - d) Sarana pendukung lainnya.
2. Dukungan Fisik
 - a) Menata fasilitas dengan baik.
 - b) Memberikan garansi.
 - c) Memiliki nilai fungsi yang baik.
 - d) Alat bantu atau peralatan penunjang.

Hipotesis

Pengaruh Kualitas Produk Pada Kepuasan Pelanggan Bengkel Iwan Motor

Jika kualitas produk dicerminkan dengan baik, sesuai dengan kualitas yang ada, atau memberikan nilai tambah, maka citra dan daya saing perusahaan juga akan meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Zulva & Ali, 2025). Kualitas seringkali terkait dengan manfaat, kegunaan, dan fungsi dari produk tertentu dari setiap perusahaan. Untuk membuat pelanggan senang, perusahaan perlu memperhatikan beberapa hal penting yang memengaruhi kepuasan mereka, seperti kualitas produk, harga, dan pelayanan. Makin baik kualitas barang atau jasa yang diberikan, makin puas pula pelanggan akan produk atau layanan tersebut (Sri Wahyu Eko Prasetyo & Kusdiyanto, 2024). Bisa disimpulkan bahwa kualitas produk sangat berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan.

H1: Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga Pada Kepuasan Pelanggan Bengkel Iwan Motor

Harga menentukan nilai jual suatu produk atau jasa di setiap bengkel agar sesuai dengan strategi bisnis dan kepuasan pelanggan, prinsip-prinsip harga atau konsep harga digunakan di bengkel tersebut. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan bisa ditentukan oleh beberapa faktor utama, termasuk persaingan di pasar, waktu pengerjaan yang lama dan rumit, dan bagaimana pelanggan melihat nilai produk. Selain itu, ada beberapa strategi penetapan harga yang berbeda, seperti harga berbasis biaya (cost-based pricing), harga berbasis nilai (value-based pricing), atau harga berbasis persaingan (competition-based pricing). Tujuan utama dari strategi penetapan harga adalah untuk menghasilkan keuntungan yang optimal dan kepuasan

pelanggan(Zulva & Ali, 2025) Harga yang terjangkau merupakan salah satu hal yang diutamakan dalam kepuasan pelanggan untuk membeli sebuah produk(Prasasti & Maisara, 2022)

Bisa di simpulkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan.

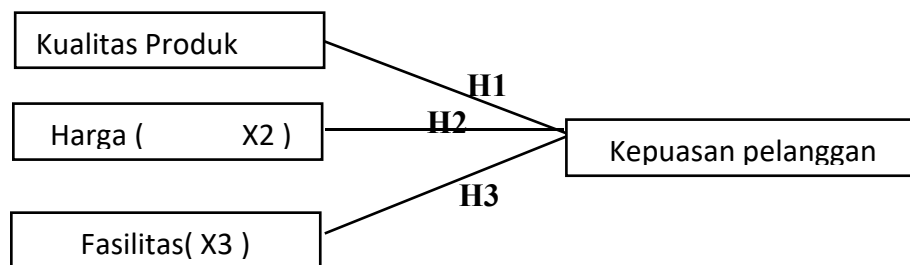
H2: Harga berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan.

Pengaruh Fasilitas Pada Kepuasan Pelanggan Bengkel Iwan Motor

Secara umum, fasilitas di setiap bengkel berbeda-beda, tergantung pada konsep yang digunakan. Kriteria kenyamanan masing-masing orang beragam, terutama yang berkaitan dengan fasilitas. Saat ini, umumnya bengkel menonjolkan fasilitas seperti wifi, tempat parkir, atau desain di dalam maupun luar bengkel. Fasilitas ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena kenyamanan konsumen akan memengaruhi citra baik perusahaan tersebut(Prasasti & Maisara, 2022) Fasilitas merupakan hal yang penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, karena memberikan kenyamanan dan memenuhi kebutuhan serta kenyamanan pengguna layanan. Jika layanan yang diberikan memenuhi standar yang dibutuhkan, maka pelanggan akan merasa puas(William & Tiurniari, 2020). Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

H3: Fasilitas berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan.

Kerangka Pikiran



Gambar 1 kerangka pikiran

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif adalah jenis penelitian yang digunakan. Dalam penelitian ini, data primer digunakan. Data primer adalah informasi tentang variabel yang menarik, yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertama untuk tujuan penelitian tertentu. Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data. Skala interval, yang sering digunakan dalam konstruksi survei, dikombinasikan dengan format skala Likert untuk membuat survei.

Populasi dalam penelitian ini ialah pelanggan bengkel Iwan Motor Honda Autocinic. Pada studi ini, teknik yang digunakan untuk pemilihan sampel adalah probability sampling. Artinya, Sampel dipilih dari populasi dengan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sehingga dalam penelitian ini menggunakan metode random sampling.

Cara mengambil sampel ini menggunakan rumus Roscoe. Menurut buku Research Methods For Business yang terdapat dalam Sugiyono (2016:164), rumus Roscoe memiliki syarat tentang jumlah sampel yang sesuai yaitu antara 30 hingga 500. Untuk analisis multivariat seperti korelasi atau regresi, jumlah sampel yang dibutuhkan minimal 10 kali lipat dari jumlah variabel

yang diteliti. Beberapa panduan juga menyebutkan sample minimal 100 untuk analisis statistik atau eksperimen sederhana (Iii, 2020)

Metode Analisis Data

Metode ini digunakan untuk mendapatkan data yang lengkap untuk penelitian. Setelah itu, data tersebut akan diolah menggunakan program SPSS.

Uji Instrumen Data

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk mengecek kualitas data yang diperoleh dari pelanggan. Dua syarat penting yang harus dipenuhi adalah data harus valid dan dapat dipercaya (Sugiyono, 2017 :267). Sebuah kuesioner dianggap valid jika elemen-elemen dalam kuesioner mampu mengungkapkan hal yang ingin diukur.

Uji Asumsi Klasik

Dalam uji ini, peneliti menggunakan tiga jenis uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data merata. Jika data berdistribusi normal, maka data dianggap baik dan bisa digunakan. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel independen. Jika tidak ada hubungan, maka terjadi multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah ada ketidakmerataan antar pengamatan.

Uji Analisis Berganda

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda karena terdapat lebih dari dua variabel yang diteliti. Peneliti menggunakan tiga variabel independen dan satu variabel dependen.

Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis yang telah dibuat, peneliti menggunakan uji T. Uji T digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dalam suatu penelitian.

Uji Koefisien Determinasi

Alat yang digunakan untuk mengetahui seberapa baik kemampuan model dalam menjelaskan variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol sampai satu. Jika nilai R²-nya kecil, maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Penelitian ini melibatkan 100 orang responden. Mayoritas dari responden yang diteliti dilihat dari kategori jenis kelamin adalah laki-laki, yaitu 70,6%, sedangkan sisanya adalah perempuan dengan persentase 36,1%. Dilihat dari usia, sebagian besar responden berusia 18-30 tahun, yaitu 86,3%, sedangkan usia 31-60 tahun hanya 13,7%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan yang menggunakan jasa bengkel iwan motor berusia antara 18-30 tahun. Dilihat dari jenis pekerjaan, responden yang bekerja sebagai pelajar atau mahasiswa berjumlah 27 orang dengan persentase 26,5%, sedangkan responden yang bekerja sebagai wiraswasta berjumlah 75 orang dengan persentase 73,5%. Dari hal ini dapat dilihat bahwa

mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta.

Hasil Uji Instrumen Data

Data dalam penelitian ini didapatkan dengan cara memberikan kuesioner kepada responden, sehingga jawaban dari responden sangat penting. Untuk menguji data primer, dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas, sebagai berikut:

Hasil Uji Validitas

Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji validitas adalah metode yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas atau akurasi suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen tersebut mampu mengungkapkan hal yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut. Pengukuran validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor setiap pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel, maka setiap item pertanyaan dinyatakan valid. Dengan $N = 100$, maka $df = 100(100 - 2)$, dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05, diperoleh r tabel sebesar 0,195.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Item	R Hitung	R tabel	Sig.(2tailed)	Hasil
X1.1	0,780	0,195	0,000	Valid
X1.2	0,700	0,195	0,000	Valid
X1.3	0,808	0,195	0,000	Valid
X1.4	0,731	0,195	0,000	Valid
X1.5	0,782	0,195	0,000	Valid
X1.6	0,806	0,195	0,000	Valid
X1.7	0,797	0,195	0,000	Valid
X2.1	0,868	0,195	0,000	Valid
X2.2	0,807	0,195	0,000	Valid
X2.3	0,764	0,195	0,000	Valid
X2.4	0,847	0,195	0,000	Valid
X3.1	0,869	0,195	0,000	Valid
X3.2	0,855	0,195	0,000	Valid
Y1	0,833	0,195	0,000	Valid
Y2	0,816	0,195	0,000	Valid
Y3	0,855	0,195	0,000	Valid

Berdasarkan tabel uji validitas menunjukkan bahwa item pertanyaan pada variabel independent dan variabel dependen memiliki r hitung lebih besar dari r tabel (0,162), Sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ketepatan instrumen yang digunakan untuk mengukur satuan

.....

kuesioner yang terjadi indikator variabel atau konstruk. Jika tanggapan seseorang terhadap pertanyaan umumnya konsisten, maka suatu kuesioner dikatakan reliabel atau dapat diandalkan. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

Tabel 3 Hasil Uji Reabilitas

Variable	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0,886	Reliable
Harga	0,839	Reliable
Fasilitas	0,654	Reliable
Kepuasan Pelanggan	0,779	Reliable

Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik meliputi Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Multikolinearitas. Berikut penjelasan masing-masing uji tersebut.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data memiliki bentuk normal atau tidak. Menurut Ghazalil (2018), tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau residu dalam model regresi berdistribusi normal. Uji ini dilakukan dengan menggunakan metode Monte Carlo untuk mendeteksi apakah residu tersebut berdistribusi normal atau tidak.

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		100
<i>Monte Carlo Sig.(2-tailed)</i>	<i>Sig</i>	0,212d

Berdasarkan uji normalitas dengan uji Monte Carlo, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,068 yang lebih besar dari 0,05. Artinya, data berdistribusi normal karena nilai P-Value yang diperoleh lebih besar dari 0,05.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Park. Uji ini dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika nilai sig lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedasitas

Variable	Sig	Keterangan
Kualitas Produk	0,403	Tidak terjadi Heteroskedasitas
Harga	0,080	Tidak terjadi Heteroskedasitas
Fasilitas	0,532	Tidak terjadi Heteroskedasitas

Berdasarkan Uji Heteroskedasitas, menyatakan bahwa nilai signifikan dari variabel independent lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedasitas dalam penelitian ini.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independent (bebas). Dengan ketentuan apabila nilai tolerance $\geq 0,10$ dan Variance Inflation Factor (VIF) ≤ 10 , maka dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikolinieritas.

Tabel 6 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Produk	0,168	5,960
Harga	0,179	5,588
Fasilitas	0,293	3,417

Berdasarkan Uji Multikolinearitas, menyatakan bahwa variabel independent mempunyai nilai toleran $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 , sehingga tidak terdapat gejala multikolinieritas.

Uji Hipotesis

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Menurut Ghazali (2018), analisis regresi berganda bisa memengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen. Jenis analisis regresi linier berganda dipilih karena dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas, yaitu Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Fasilitas (X3), serta satu variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

β = Koefisien regresi
 X_1 = Kualitas Produk
 X_2 = Harga
 X_3 = Fasilitas
 e = Standar error

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficient</i>		
	B	t	Sig.
(Constant)	,038	,053	,958
Kualitas Produk	,254	4,441	,000
Harga	,125	1,430	,156
Fasilitas	,355	2,664	,009

$$Y = 0,038 + 0,254X_1 + 0,125X_2 + 0,355X_3 + e$$

1. Nilai konstanta menunjukkan pengaruh positif dari variabel independen seperti kualitas produk, harga, dan fasilitas terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). Jika nilai x_1 , x_2 , dan x_3 tetap atau konstan, maka nilai Y sebesar 0,038.
2. Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas produk X_1 sebesar 0,254. Artinya, jika kualitas produk meningkat 1 satuan, kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,254.
3. Nilai koefisien regresi pada variabel harga X_2 sebesar 0,125. Jika harga meningkat 1 satuan, kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,125.
4. Nilai koefisien regresi pada variabel fasilitas X_3 sebesar 0,355. Artinya, jika fasilitas meningkat 1 satuan, kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,355.

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan t hitung lebih besar dari t tabel, maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen dan dependen. Nilai t tabel adalah 1,984 dengan derajat kebebasan (df) = $n - k = 100 - 3 = 97$. Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 7, berikut analisisnya:

1. Hasil uji t antara kualitas produk (X_1) dan kepuasan pelanggan adalah 4,441 yang lebih besar dari 1,984 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Hasil uji t antara harga (X_2) dan kepuasan pelanggan adalah 1,430 yang lebih kecil dari 1,984 dengan signifikansi $0,156 > 0,05$. Artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Hasil uji t antara fasilitas (X_3) dan kepuasan pelanggan adalah 2,664 yang lebih besar dari 1,984 dengan signifikansi $0,009 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 hingga 1. Jika nilai R^2 sama dengan 0, maka variabel dependen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen. Berikut penjelasan hasil uji R^2 :

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
1	.881 ^a	.777	.770

Dari tabel di atas dapat diketahui nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,770. Artinya, variabel kualitas produk, harga, dan fasilitas berkontribusi sebesar 70,0% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan 30,0% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil pengolahan data uji t, diketahui bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sehingga H1 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas produk merupakan variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di bengkel iwan motor. Nilai t hitung yang positif menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh langsung terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Dari hasil penelitian, terlihat bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif yang signifikan. Produk iwan motor sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan. Tidak hanya itu, fitur yang ditawarkan produk iwan motor lebih menarik dibandingkan produk pesaing. Berbagai aspek kualitas produk lainnya juga memenuhi standar yang diharapkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa bengkel iwan motor mampu merespons secara tepat berbagai situasi yang muncul dalam usahanya, sehingga memungkinkan pengelolaan serta pertumbuhan usaha berjalan dengan baik. Keputusan berkualitas yang tepat akan diambil sebagai hasil dari kepuasan pelanggan yang kuat, yang pada akhirnya meningkatkan kelangsungan usaha bengkel iwan motor.

Hasil penelitian ini didukung oleh (Andayani et al., 2023) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas produk atau layanan yang diberikan karena meningkatkan kualitas produk dapat membuat konsumen merasa puas dengan produk atau jasa tersebut, sehingga memengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

2. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil uji t, harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan H2 ditolak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Iwan Motor. T hitung positif artinya harga tidak memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan.

Harga produk di Iwan Motor terjangkau, harga produk sebanding dengan kualitas yang diberikan, produk Iwan Motor memiliki nilai lebih baik dibanding produk pesaing di harga yang sama, serta manfaat yang didapat pelanggan sebanding dengan harga yang dibayar. Dari itu bisa

.....

disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Iwan Motor. Secara teoritis, harga masih bisa memengaruhi kepuasan melalui kualitas produk, ekspektasi pelanggan, transparansi harga, dan kesesuaian dengan kualitas layanan. Jika harga dikelola dengan strategi yang tepat, harga bisa berkontribusi meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini didukung oleh (Andayani et al., 2023) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga memang menjadi pertimbangan konsumen ketika memutuskan membeli produk. Tidak hanya dari sisi konsumen, pelaku bisnis juga harus mempertimbangkan harga yang ditawarkan untuk suatu produk.

3. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil uji t, fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan H3 diterima. Artinya, fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Iwan Motor. T hitung positif menunjukkan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Fasilitas fisik seperti ruang tunggu, area parkir, dan ruang layanan di Iwan Motor terasa nyaman, bersih, dan rapi. Fasilitas penunjang seperti peralatan, garansi, dan tata kelola tempat juga mendukung kenyamanan dan kebutuhan pelanggan. Tingkat kenyamanan, persepsi kualitas, dan nilai yang dirasakan pelanggan meningkatkan kepuasan pelanggan di Bengkel Iwan Motor.

Hasil penelitian ini didukung oleh (Andayani et al., 2023) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa diberikan kepada konsumen. Kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior, serta kebersihannya harus dipertimbangkan khususnya yang berkaitan langsung dengan apa yang dirasakan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan bengkel iwan motor secara positif dan signifikan.
2. Harga tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan bengkel iwan motor.
3. Fasilitas juga memengaruhi kepuasan pelanggan bengkel iwan motor secara positif dan signifikan.

2. Saran

Meskipun harga tidak berpengaruh secara signifikan, strategi harga tetap perlu diperhatikan dengan menjaga transparansi dan memberikan nilai yang sesuai bagi pelanggan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambahkan variabel lain seperti kualitas layanan, promosi, atau kepercayaan pelanggan, serta memperluas objek penelitian dan menggunakan jumlah sampel yang lebih besar agar hasil yang diperoleh lebih lengkap dan dapat diterapkan secara luas.

DAFTAR REFERENSI

- Andayani, S., . K., & Putri, A. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Adiksi Coffee. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 8(2), 243–255. <https://doi.org/10.24967/jmb.v8i2.2043>
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Iii. (2020). Populasi, Sampling, dan Teknik Sampling. *Jurnal Article*, 36–45.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1–13. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
- Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*, 2(3), 727–737. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.375>
- Prasasti, G. A., & Maisara, P. (2022). menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati Rumah makan mulai bermunculan dan berkembang terutama didaerah Solo Raya . Galih Ayu Prasasti , Cs : Pengaruh Fasilitas , Harga dan Citarasa znomor z1 zdi zIndonesia , zyang z. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, IX(2), 276–288.
- Sari, D. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk, harga kompetitif, lokasi. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* , 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Sri Wahyu Eko Prasetyo, & Kusdiyanto. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Daya Tarik Iklan terhadap Kepuasan Pelanggan. *JEBDEKER: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Entrepreneur*, 4(2), 354–364. <https://doi.org/10.56456/jebdeker.v4i2.276>
- William, & Tiurniari, P. (2020). Kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Mazda Di Kota Batam. *Jurnal EMBA*, 8(1), 1987–1996.
- Zulva, A. F., & Ali, H. (2025). Pengaruh Strategi Inovasi Produk, Harga, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Persaingan Perusahaan. *Jurnal Greenation Sosial Dan Politik*, 3(1), 24–32. <https://doi.org/10.38035/jgsp.v3i1.241>