

Journal of Accounting and Management's Student (JAM'S)

www.jurnal.unikal.ac.id/index.php/jams

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN BENGKEL AHHAS 54 MOTOR DI PEKALONGAN

Muhammad Zamkharir¹, Choliq Sabana²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pekalongan
zamkharir@gmail.com¹

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Article history: Received: 26 July 2025 Received in revised form: 11 September 2025 Accepted: 29 May 2026 Keywords: Customer Satisfaction, Facilities, Price, Service Quality	<i>Customer satisfaction is a feeling of pleasure or disappointment that arises after comparing performance with what is expected or even exceeds customer expectations. This study aims to test and analyze the effect of service quality, price, and facilities on customer satisfaction at the AHHAS 54 motorcycle workshop in Pekalongan. The type of research used in this study is causal research with a data collection method using a questionnaire. In this study, 100 respondents were used as samples. The population in this study were customers who used the AHHAS 54 workshop service in Pekalongan whose number was not identified with certainty. The sampling method used was purposive sampling. The type of data used in this study is primary data. Data collection by distributing questionnaires offline and online. The analysis techniques used Instrument Test, Classical Assumption Test, Model Suitability Test, Multiple Linear Regression Analysis with the help of SPSS Version. The results of this study can be concluded that customer quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, price has a negative and insignificant effect on customer satisfaction, facilities have a positive and significant effect on customer satisfaction.</i>

PENDAHULUAN

Di era modern saat ini sepeda motor telah menjadi salah satu alat transportasi yang paling populer di Indonesia. Jumlah sepeda motor di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, mencapai puluhan juta unit khususnya di produk AHM (Astra Honda Motor) seperti Honda Pcx, Honda Scoopy, Honda Beat, Honda Vario dan masih banyak jenis motor honda lainnya . Hal ini menjadikan sepeda motor sebagai alat transportasi utama bagi masyarakat di berbagai kalangan. Dengan tingginya penggunaan sepeda motor, kebutuhan akan layanan perawatan dan perbaikan pun meningkat pesat, mendorong pertumbuhan industri bengkel motor. Sehingga banyak orang mencari tempat untuk memperbaiki atau melakukan perawatan di bengkel. Tempat yang biasa di datangi yaitu bengkel AHHAS, karena disana bengkelnya sudah sesuai standar SOP (Standar Operasional Prosedur).

Bengkel AHHAS 54 di pekalongan ini adalah salah satu bengkel resmi khusus motor honda yang dikelola oleh PT Astra Honda Motor (AHM) dan menyediakan berbagai layanan

perawatan serta perbaikan sepeda motor Honda yang terbesar di pekalongan dan mempunyai banyak pelanggan. Bengkel AHHAS 54 pekalongan beralokasi di jalan Dokter Wahidin No.31, Noyotaan, kecamatan pekalongan Timur, kota Pekalongan, Jawa Tengah 51111. Berdiri pada tahun 21-september-1997 sampai sekarang bengkel AHHAS 54 mengalami perkembangan yang sangat pesat. Tidak hanya jasa layanan service saja, disamping itu AHHAS 54 memiliki dealer motor dan juga menjual berbagai jenis motor dan segala macam sparepart dari produk PT Astra Honda Motor (AHM). Dengan kualitas dan kelengkapan sparepat yang sesuai standar operasional prosedur (SOP) yang membuat para pelanggan AHHAS 54 merasa puas. Berikut mengenai data jumlah pelanggan yang datang di bengkel AHHAS 54 motor di pekalongan.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Bengkel AHHAS 54 Motor Pekalongan
(Periode tanggal 7 Oktober – 13 Oktober tahun 2024)

Hari	Rata-rata jumlah pelanggan	Rata-rata pelanggan service	Total biaya service motor
Senin	45	Motor matic ganti oli dan service	145.000
Selasa	45	Motor matic ganti oli dan service	145.000
Rabu	59	Motor matic ganti oli dan service	145.000
Kamis	60	Motor matic ganti oli dan service	145.000
Jum'at	50	Motor matic ganti oli dan service	145.000
Sabtu	60	Motor matic ganti oli dan service	145.000
minggu	20	Motor matic ganti oli dan service	145.000

Sumber : Data dari bengkel AHHAS 54 di pekalongan

Jumlah pengunjung di bengkel AHHAS 54 motor di pekalongan lebih rendah pada hari minggu. Hal ini dikarenakan mekanik yang berangkat pada hari tersebut hanya seperuhnya saja karena di hari minggu bengkel AHHAS 54 hanya buka sampai pukul 12.00 WIB saja. Dalam layanan service sepeda motor, mekanik yang berhadapan langsung dengan pelanggan harus dapat melayani dengan baik. Menurut (Martono, 2019) Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan yang memengaruhi daya saing bisnis. Pelayanan yang baik adalah salah satu faktor utama dalam menentukan kepuasan pelanggan, Selanjutnya Jika pelanggan mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan yang di inginkan atau bahkan lebih dari harapan mereka, mereka akan merasa puas (Nurhalimah & Nurhayati, 2019). Pelanggan pasti berharap mendapatkan layanan yang berkualitas karena layanan yang berkualitas akan memberikan dampak yang besar bagi suatu bisnis bengkel motor dan secara procedural mudah dan menyenangkan.

Menurut (Isnaini, 2018) Harga terjangkau dapat memuaskan pelanggan dalam pembelian suatu produk atau jasa, karena kenyamanan seorang konsumen merupakan hal yang penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Memberikan harga yang ekonomis dengan perbaikan yang sesuai SOP (standar operasional prosedur) bengkel motor resmi akan berdampak besar pada pelanggan, oleh sebab itu banyak bengkel lain yang menjadi kurang laku karena mematok harga yang terlalu tinggi dan tidak sesuai prosedur dengan bengkel resmi.

Penyediaan fasilitas adalah kunci keberhasilan bisnis bengkel motor. Sebab fasilitas sangat penting bagi bisnis jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada, yaitu ruang tunggu yang nyaman. Menurut (Srijani & Hidayat, 2018) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan fisik yang memungkinkan pelanggan melakukan pembelian jasa sehingga kebutuhan mereka dapat terpenuhi selama berada di lokasi. Semakin banyak fasilitas yang tersedia akan memberikan

kenyamanan lebih maksimal kepada pelanggan. Oleh karena itu pelanggan akan mempertimbangkan banyak faktor saat memilih bengkel motor dan fasilitas menjadi bahan pertimbangannya.

MATERI DAN METODOLOGI PENELITIAN

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja dengan yang diharapkan atau bahkan melebihi harapan dari pelanggan (Khumaini et al., 2022).skan dalam paragraf mengalir.

Menurut (William & Tiurniari, 2020) mendefinisikan Kepuasan pelanggan merupakan hasil perbandingan antara kualitas layanan yang diterima dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Jika kualitas yang dirasakan lebih rendah dari harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Berdasarkan para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa Kepuasan pelanggan adalah hal penting bagi eksistensi suatu bisnis serta, memuaskan pelanggan juga dapat meningkatkan kualitas bisnis dalam bersaing dengan bisnis-bisnis sejenis.

Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut (Kotler & Keller, 2016) indikator kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut :

1. Minat berkunjung Kembali
Hal ini berkaitan dengan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali dengan melakukan pemakaian ulang terhadap jasa yang berkaitan, meliputi:
 - a. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
 - b. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
2. Kesesuaian harapan
yaitu tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diinginkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi:
 - a. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 - b. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi yang diharapkan.
3. Ketersediaan merekomendasi
yaitu kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan jasa yang sudah dirasakan terhadap teman atau keluarga meliputi:
 - a. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
 - b. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

Kualitas Pelayanan

Menurut (William & Tiurniari, 2020) Kualitas pelayanan merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan keinginan pelanggan serta ketepatan dalam penyampaian guna mencapai kepuasan pelanggan. Kemudian menurut (Suhardi et al., 2022) menyatakan kualitas pelayanan merupakan suatu tolak ukur seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan dapat tercapai sesuai yang diharapkan konsumen.

Menurut (Abdi & Sunarjo, 2023) Kualitas pelayanan adalah strategi yang menguntungkan untuk menarik lebih banyak pelanggan baru, menjaga loyalitas pelanggan yang sudah ada, mencegah pelanggan berpindah ke layanan lain, serta menciptakan keunggulan kompetitif..Berdasarkan pemahaman dari para ahli, peneliti menyimpulkan bahwa kualitas

pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan harapan atau keinginan pelanggannya, dan kualitas unggulnya dari sudut pandang manajemen dan perusahaan.

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono & Chandra, 2016) menjelaskan bahwa terdapat beberapa indikator yang memengaruhi kualitas pelayanan, yaitu:

- a. Tangibel (berwujud) Merupakan aspek yang terkait dengan tampilan fisik, peralatan, serta materi yang dapat dilihat dan dinilai secara jelas.
- b. Emphaty (empati) Yakni kesiapan karyawan untuk membangun hubungan, berkomunikasi dengan baik, memberikan perhatian yang tulus, serta memahami kebutuhan pribadi pelanggan.
- c. Responsiveness (daya tanggap) Keinginan dan kemampuan pegawai untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan responsif, serta kesiapan mereka untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan sigap dan ramah.
- d. Reliability (keandalan) yaitu Kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan cepat, konsisten, dan memuaskan.
- e. Assurance (jaminan) Meliputi pengetahuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staf terkait janji yang diberikan, serta bebas dari bahaya, risiko, atau keraguan.

Harga

Menurut (Adani et al., 2024) Harga adalah tolok ukur nilai dari sesuatu, baik yang berwujud maupun tidak, yang dapat dirasakan manfaat dan fungsinya. Penentuan harga didasarkan pada manfaat dan kualitas yang dimiliki, baik dari sisi produk maupun layanan yang diberikan. Sedangkan (Sari & Mayasari, 2022) menyatakan harga merupakan ukuran nilai pada suatu yang berwujud maupun tidak untuk dirasakan fungsi dan kegunaannya, Penetapannya didasarkan pada manfaat serta kualitas yang dimiliki baik dari segi produk serta pelayanan yang ditawarkan.

menurut (Sani et al., 2022) menjelaskan harga adalah salah satu elemen pemasaran yang harus dievaluasi oleh manajemen perusahaan karena sebab harga menjadi sangatlah penting di dunia bisnis, karena harga menjadi alat tukar dalam melakukan sebuah transaksi serta merupakan salah satu faktor persaingan yang digunakan untuk menjual produknya. Harga tidak selalu merupakan harga yang sebenarnya karena harga terkadang dihasilkan dari kesepakatan antara penjual dan pembeli.

Indikator Harga

Menurut (Kotler & Armstrong, 2018) terdapat beberapa indikator yang menggambarkan harga yaitu:

- a. Keterjangkauan harga
Harga yang terjangkau oleh berbagai kalangan sesuai dengan segmen pasar yang ditargetkan.
- b. Kesesuaian dengan kualitas jasa
Penilaian konsumen terhadap jumlah pengorbanan finansial yang dikeluarkan sehubungan dengan spesifikasi yang mencakup kualitas layanan. Harga yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan kualitas layanan yang ditawarkan.
- c. Daya saing harga
harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau lebih rendah dari rata-rata.
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen akan merasa puas ketika mereka merasakan manfaat setelah mengonsumsi produk atau layanan yang ditawarkan, sesuai dengan nilai yang telah mereka bayar.

Fasilitas

Menurut (Suhardi et al., 2022) Fasilitas merupakan objek yang penting untuk meningkatkan kepuasan, seperti kenyamanan pelanggan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengguna layanan. Sedangkan menurut (Siregar et al., 2022) sendiri Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan.

(Faisal Akbar et al., 2021) Fasilitas merupakan sarana yang berperan dalam memperlancar serta mempermudah pelaksanaan suatu fungsi. Fasilitas juga menjadi bagian dari penawaran yang dapat ditambah atau dikurangi tanpa memengaruhi kualitas maupun bentuk layanan.

Indikator Fasilitas

Menurut (Tjiptono, 2014) terdapat empat indikator fasilitas yang perlu diperhatikan oleh perusahaan atau penyedia layanan jasa, yaitu:

1. Pertimbangan/ Perencanaan Spesial Aspek
Meliputi proporsi, kenyamanan, dan aspek lainnya yang dirancang secara cermat, dipadukan, dan disempurnakan untuk menstimulasi respons emosional dan intelektual.
2. Perencanaan Ruang Unsur ini meliputi interior dan arsitektur
Hal tersebut juga mencakup penataan perabotan dan peralatan yang mendukung fungsi suatu ruangan.
3. Perlengkapan
Fungsinya adalah sebagai sarana yang menciptakan kenyamanan, berperan sebagai dekorasi, atau sebagai infrastruktur pendukung bagi konsumen yang memanfaatkan layanan jasa.
4. Elemen pendukung lainnya
Berupa fasilitas penunjang yang bertujuan mendukung pelayanan kepada konsumen, termasuk toilet, wifi, area makan dan minum, serta lainnya.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal. Menurut (Firman, 2019) penelitian kausal merupakan jenis penelitian yang bertujuan mengidentifikasi hubungan sebab-akibat antara berbagai fenomena. Dalam penelitian ini, variabel independent yang berfungsi sebagai faktor penyebab meliputi kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas, sedangkan variabel dependen yang menjadi akibat adalah kepuasan pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menggali pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel AHHAS 54 di Pekalongan.

Sampel

Metode penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan Teknik purposive sampling. Purposive sampling merupakan penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu untuk memperoleh informasi yang optimal (Nurhayati, 2019). Penggunaan purposive sampling bertujuan untuk mempermudah dan mempercepat proses pengumpulan sampel. berdasarkan perhitungan diatas, sebanyak 100 responden yang dijadikan sampel dalam survei. Adapun

kriteria pelanggan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu mereka yang telah menggunakan jasa service pada bengkel AHHAS 54 di pekalongan sebanyak minimal 2 kali dan minimal 17 tahun.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai Teknik analisis. Uji instrument menunjukkan tidak terdapat penyimpaan. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas yang menunjukkan tidak terdapat penyimpangan pada gejala asumsi klasik. Sehingga regresi linier berganda pada penelitian ini ditunjukan pada tabel berikut :

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.195	.740		4.319	.000
	Kualitas Pelayanan	.185	.043	.414	4.320	.000
	Harga	-.106	.078	-.134	-1.355	.179
	Fasilitas	.356	.069	.556	5.195	.000

Sumber : Data diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai t hitung variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 4,320 dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan demikian Hipotesis 1 (H1) Diterima.

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai t hitung sebesar -1,355 dan nilai signifikansinya sebesar $0,179 > 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. **Dengan demikian Hipotesis 2 (H2) Ditolak.**

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 5,195 dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. **Dengan demikian Hipotesis 3 (H3) Diterima.**

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan keinginan pelanggan serta ketepatan dalam penyampaian layanan, dengan tujuan untuk mencapai kepuasan pelanggan (William & Tiurniari, 2020). Menurut (Wibowati, 2021) kualitas adalah suatu kondisi yang bersifat dinamis, berkaitan dengan produk, layanan, sumber daya manusia, serta lingkungan, yang mampu memenuhi bahkan melampaui harapan. Sedangkan pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas atau manfaat yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang bersifat tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas suatu. Kemudian definisi kualitas pelayanan menurut (Irfan, 2019) merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan.

Berdasarkan penelitian ini membuktikan jika kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini didukung berdasarkan

fenomena yang ada dalam menggunakan jasa bengkel AHHAS 54 di pekalongan Dimana responden diberikan 6 pertanyaan terkait indikator kualitas pelayanan (setiap indikator terdiri dari 2 pertanyaan dan ada juga yang satu indikator 1 pertanyaan) dan menghasilkan 62 orang menjawab setuju dan 14 orang menjawab netral pada butir pertanyaan pertama. Pada butir pertanyaan kedua menghasilkan 57 orang menjawab setuju dan 10 orang menjawab netral. Pada butir pertanyaan ketiga menghasilkan 59 orang menjawab setuju dan 17 orang menjawab netral. Pada butir pertanyaan keempat menghasilkan 56 orang menjawab setuju dan 16 orang menjawab netral. Pada butir pertanyaan kelima menghasilkan 55 orang menjawab setuju dan 17 orang menjawab netral. Pada butri pertanyaan keenam menghasilkan 61 orang menjawab setuju dan 15 orang menjawab netral.

Dalam penelitian ini, variabel kualitas pelayanan terbukti berpengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung 4,320 dan nilai signifikansinya sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan t hitung lebih besar dari pada nilai t tabel 1,984. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan hipotesis satu (**H1) diterima**. Hal ini bahwa semakin besar atau meningkat kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan maka akan semakin meningkat kepuasan pelanggan tersebut

Hasil penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang memiliki temuan atau hasil yang sama, seperti yang dilakukan oleh (Suardi et al., 2022), (Yunita M. Sumual, J.A.F. Kalangi, 2021), dan (Aryani et al., 2023) menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut (Sari & Mayasari, 2022) Harga adalah ukuran nilai pada suatu yang berwujud maupun tidak berwujud, untuk dirasakan fungsi dan kegunaannya serta kualitas yang dimiliki baik dari segi produk serta pelayanan yang ditawarkan. Sedangkan menurut (Adani et al., 2024) Harga merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan keputusan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk. Bagi konsumen harga yang tidak sesuai akan menyebabkan perpindahan lokasi pembelian, mungkin karena harganya dianggap terlalu mahal atau tidak sesuai dengan keinginan dan gambaran yang dipikirkan sebelumnya. Karena harga memiliki dampak langsung terhadap volume penjualan dan keuntungan yang diperoleh perusahaan, maka harga merupakan salah satu unsur pemasaran yang perlu dievaluasi secara berkala oleh manajemen perusahaan (Sani et al., 2022).

Berdasarkan penelitian ini membuktikan jika harga menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini didukung berdasarkan fenomena yang ada dalam menggunakan jasa bengkel AHHAS 54 di pekalongan Dimana responden diberikan 3 pertanyaan terkait indikator harga (setiap indikator terdiri dari 1 pertanyaan) dan pada butir pertanyaan pertama menghasilkan 80 orang menjawab setuju, 17 orang menjawab netral dan 3 orang menjawab tidak setuju. Pada butiran pertanyaan kedua menghasilkan 75 orang menjawab setuju, 18 orang menjawab netral dan 7 orang menjawab tidak setuju. Pada butir pertanyaan ketiga menghasilkan 78 orang menjawab setuju, 15 orang menjawab netral dan 7 orang menjawab tidak setuju.

Dalam penelitian ini, variabel harga terbukti berpengaruh secara negative dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung sebesar -1,355 dan nilai signifikansi sebesar 0,179. Hasil tersebut menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dan nilai t hitung lebih kecil dari pada nilai t tabel 1,984. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel harga

memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan hipotesis dua **(H2) di tolak**. Hal ini berarti semakin tinggi harga yang diberikan kepada pelanggan dalam menggunakan jasa bengkel maka kepuasan pelanggan akan menurun.

Hasil penelitian ini tidak memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang memiliki temuan atau hasil yang tidak sama, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Alarni et al., 2023), (Ariyanti et al., 2022), dan (Sari & Mayasari, 2022) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut (Studi et al., 2019) fasilitas merupakan Sesuatu yang memudahkan pelanggan dalam usaha yang bergerak di bidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau yang didapat pelanggan secara langsung. Sedangkan menurut (Faisal Akbar et al., 2021) fasilitas adalah sarana yang berfungsi untuk memperlancarkan dan mempermudah pelaksanaan fungsi komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa. Fasilitas adalah objek yang penting dalam meningkatkan kepuasan, seperti memberikan kenyamanan bagi pelanggan serta memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengguna jasa, fasilitas juga menjadi bagian dari pelayanan yang berperan sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Suhardi et al., 2022). Fasilitas adalah sumber daya fisik yang perlu tersedia terlebih dahulu sebelum suatu layanan dapat disampaikan atau ditawarkan kepada konsumen. Selain itu, fasilitas juga mencakup segala hal yang mendukung tercapainya kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian ini membuktikan jika fasilitas menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini didukung berdasarkan fenomena yang ada dalam menggunakan jasa bengkel AHHAS 54 di pekalongan Dimana responden diberikan 4 pertanyaan terkait indikator fasilitas (setiap indikator terdiri 1 pertanyaan) dan pada butir pertanyaan pertama menghasilkan 84 orang menjawab setuju, 14 orang menjawab netral dan 2 orang menjawab tidak setuju. Pada butir pertanyaan kedua menghasilkan 78 orang menjawab setuju, 16 orang menjawab netral dan 6 orang menjawab tidak setuju. Pada butir pertanyaan ketiga menghasilkan 84 orang menjawab setuju, 12 orang menjawab Netra dan 4 orang menjawab tidak setuju. Pada butir pertanyaan keempat menghasilkan 86 orang menjawab setuju, 12 orang menjawab netral dan 2 orang menjawab tidak setuju.

Dalam penelitian ini, variabel fasilitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan t hitung sebesar 5,195 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan t hitung lebih besar dari pada nilai t tabel sebesar 1,984 sebesar. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan hipotesis tiga **(H3) diterima**. Hal ini berarti bahwa semakin lengkap dan memadai fasilitas yang diberikan kepada pelanggan maka semakin meningkat kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa bengkel tersebut.

Hasil penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang memiliki temuan atau hasil yang sama, seperti yang dilakukan oleh (Faisal Akbar et al., 2021), (William & Tiurniari, 2020), dan (Kurniawan et al., 2022) menyatakan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar atau meningkat kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan maka akan semakin meningkat kepuasan pelanggan tersebut. Artinya bahwa hipotesis satu **(H1) diterima**
2. Variabel harga (X2) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi harga yang diberikan kepada pelanggan dalam menggunakan jasa bengkel maka kepuasan pelanggan akan menurun. Artinya bahwa hipotesis dua **(H2) di tolak**
3. Variabel fasilitas (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin lengkap dan memadai fasilitas yang diberikan kepada pelanggan maka semakin meningkat kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa bengkel tersebut. Artinya bahwa hipotesis tiga **(H3) diterima**.

SARAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan dan keterbatasan dalam penelitian ini, saran dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan pihak bengkel dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan, seperti kecepatan pelayanan, keramahan staf, dan kejelasan informasi, agar kepuasan pelanggan semakin meningkat. Dari segi harga perlu dilakukan evaluasi harga secara berkala untuk memastikan harga yang ditawarkan tetap kompetitif namun tetap mencerminkan kualitas layanan yang diberikan. Selain itu, fasilitas ruang tunggu dan komunikasi antara mekanik dan pelanggan juga perlu diperhatikan untuk menciptakan pengalaman layanan yang lebih baik. Serta penambahan kursi tunggu di area luar untuk memberikan kenyamanan bagi pelanggan yang merokok.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya :

Diharapkan penelitian berikutnya disarankan untuk menambah variabel lain seperti loyalitas pelanggan, persepsi merek, atau kepercayaan pelanggan guna memberikan gambaran yang lebih luas terkait faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu dapat memperluas cakupan objek dengan membandingkan beberapa bengkel AHASS di wilayah berbeda, agar memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai kepuasan pelanggan.

Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk menyebarkan kuesioner dalam jumlah yang melebihi jumlah sampel yang direncanakan, misalnya lebih dari 100 responden, guna mengantisipasi kemungkinan adanya data yang tidak valid atau harus di eliminasi selama proses analisis.

Diharapkan peneliti dimasa mendatang dapat menambah alat analisis dan menambah jangkauan penelitian seperti wilayah, jumlah sampel, serta fenomena latar belakang penelitian agar penelitian berikutnya dapat memiliki materi yang lebih lengkap untuk menyempurnakan penelitian sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, M. N., & Sunarjo, W. A. (2023). Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Seminal Nasional Ekonomi Bisnis*, 1(1), 146–164.
- Adani, M. R., Yunitarini, S., & Sunaryo, W. A. (2024). Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian batik qonita pekalongan. *Journal of Accounting and Management's Student*, xxx, 1–10.
- Alarni, K. H., Hafidzi, A. H., & Wibowo, Y. G. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Fitur Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Saat Pandemi Covid-19 Di Banyuwangi (Studi Kasus Pelanggan Fitur Gofood). *Growth*, 20(2), 431. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v21i1.2762>
- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 85–94. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.257>
- Aryani, D. N., Hartutik, Desi Derina Yusda, Ni Desak Made Santi Diwyarthi, & Yanti Setianti. (2023). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Marketplace Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2438–2443. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1664>
- Faisal Akbar, M., Ariyanto, A., & Sudarsono, A. (2021). Pengaruh Fasilitas Olahraga Terhadap Kepuasan Pelanggan Member Sport Club Meadow Terrace BSD. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 2(1), 21–28. <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/tin>
- Firman, H. (2019). *Desain-Desain Penelitian Kausal dalam Bidang Pendidikan*. 1–14.
- Irfan, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 82. <https://doi.org/10.32507/ajei.v9i2.451>
- Isnaini, S. (2018). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Pada Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Andini Jombang. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 1(1), 69–81. <https://doi.org/10.33752/bima.v1i1.5329>
- Khumaini, S., Fahrudin, F., & Samsuri, S. (2022). Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 3(2), 143. <https://doi.org/10.31000/almaal.v3i2.5403>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 1, Issue 2). Jilid.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Kurniawan, J., Brian, R., & Theodora Mulyono, S. (2022). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Museum Macan, Jakarta. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 5(2), 1–6. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/wisata>
- Martono, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pengguna Kolam Renang Universitas Negeri Yogyakarta Kampus Wates. *Medikora*, 18(1), 27–32. <https://doi.org/10.21831/medikora.v18i1.29193>
- Nurhalimah, N., & Nurhayati, A. (2019). Pengaruh kualitas Pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Saung Manglid. P - ISSN : 2503-4413 E - ISSN : 2654-5837, Hal 1 - 5. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 6, No. 2 September 2019, 6(2), 1–5.
- Nurhayati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Praktis Edisi Kedua*. Pekalongan: UNIKAL Press.
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett

- Whitening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>
- Sari, D. A., & Mayasari, D. A. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 108–115.
- Siregar, N., Elfikri, M., Paramitha daulay, R., Kunci, K., & Kepuasan Konsumen, D. (2022). Pengaruh Lokasi. Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengunjung Kawasan. *Ekowisata Tangkahan Kabupaten Langkat*). *SOSEK*, 3(1), 1–9.
- Srijani, N., & Hidayat, A. S. (2018). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel & Conference Center. *Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 7(1), 31–38.
<https://doi.org/10.30741/wiga.v7i1.336>
- Studi, P., Tata, P., Ekonomi, F., & Surabaya, U. N. (2019). *PELANGGAN PADA JASA CUCI MOTOR MANDIRI Luthfia Maydiana Abstrak Tujuan peneliti ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada jasa cuci motor mandiri . Metode peneliti yang digunakan dalam penelitian ini y. 07(02).*
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 31–41. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.718>
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan. *Penelitian. Andi*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Service, Quality dan Satisfaction (Yogyakarta. *Andi Offset*.
- Wibowati, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 15–31.
<https://doi.org/10.36546/jm.v8i2.348>
- William, & Tiurniari, P. (2020). Kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Mazda Di Kota Batam. *Jurnal EMBA*, 8(1), 1987–1996.
- Yunita M. Sumual, J.A.F. Kalangi, D. D. S. M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Otomoto Mantos. *Productivity*, 2(5), 397.