

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT. DWI KARYA SWADAYA YOS SUDARSO MEDAN**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

Ditulis Oleh:

**LYLY MARCHELY
191010064**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2023**

Judul : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. DWI KARYA SWADAYA YOS SUDARSO MEDAN

Nama : Lyly Marchely

NIM : 191010064

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Medan, 13 Juni 2023
Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I,



Dedy Lazuardi, S.E., M.M.
NIDN: 0127117801

Pembimbing II,



Bambang Sutrisno, S.E., M.M.
NIDN: 0104127801

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PT. DWI KARYA SWADAYA
YOS SUDARSO MEDAN
Nama : Lyly Marchely
NIM : 191010064
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 13 Juni 2023
Dewan Penguji,

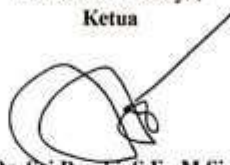
Penguji I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202



Penguji II : Dra. Pesta Gultom, M.M
NIDN : 0117126501



STIE Eka Prasetya,
Ketua



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S-1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Lyly Marchely
NIM	191010064
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan
Pembimbing Tugas Akhir :	
Pembimbing-I	Dedy Lazuardi, S.E., M.M.
Pembimbing-II	Bambang Sutejo, S.E., M.M.

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 13 Juni 2023



Lyly Marchely
191010064

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. DWI KARYA SWADAYA YOS SUDARSO MEDAN”** sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center, Bapak Susanto, S.T., S.Pd., M.M.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Bapak Dedy Lazuardi, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga rampungnya proposal skripsi ini.
5. Bapak Bambang Sutejo, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga rampungnya proposal skripsi ini.
6. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gusti, S.E., M.M.
7. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.
8. Kepala Bagian Keuangan Ibu Ellysa, S.M.

9. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.
10. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan.
11. Kedua orang tua tercinta, saudara/iku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan penulis.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 13 Juni 2023
Penulis

Lyly Marchely
191010064

ABSTRAK

Lyly Marchely, 191010064, 2023. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan. STIE Eka Prasetya Medan, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Bapak Dedy Lazuardi, S.E, M.M., Pembimbing II: Bapak Bambang Sutejo, S.E, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, unit analisis dalam penelitian ini adalah PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan serta unit observasinya adalah konsumen pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada PT. Dwi Karya Swadaya sebanyak 6.456 responden. Teknik penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus slovin dan berjumlah sebanyak 99 responden. Metode penelitian yang digunakan yakni dengan teknik pengumpulan data melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan yang dilakukan secara sistematis berdasarkan tujuan penelitian. Metode analisis yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dan membuktikan hipotesis adalah dengan analisis deskriptif, analisis regresi. Analisis ini mencakup validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan F, dan uji koefisien determinasi (R^2). Dari analisis tersebut diperoleh analisis regresi **Kepuasan Pelanggan = 2,173 + 0,332 Harga + 0,448 Kualitas Pelayanan + e**. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dimana $t_{hitung} 4,438 > t_{tabel} 1,985$, variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dimana $t_{hitung} 4,534 > t_{tabel} 1,985$. Hasil uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $117,285 > 3,09$ yang berarti variabel bebas (Harga, dan Kualitas Pelayanan) secara serempak berpengaruh terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan). Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 71% variabel Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh variabel Harga dan Kualitas Pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 29% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti lokasi, kualitas kinerja dan fasilitas.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Lyly Marchely, 191010064, 2023. The Effect of Price and Service Quality on the Customer Satisfaction at PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan. STIE Eka Prasetya Medan, Management Study Program, Advisor I: Mr. Dedy Lazuardi, S.E, M.M., Advisor II: Mr. Bambang Sutejo, S.E, M.M.

This study aims to determine how much influence the Price and Service Quality on the Customer Satisfaction at PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan. The research methodology used is quantitative descriptive method, the unit of analysis in this study is PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan and its observation units are consumers at PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan. The population in this study were consumers at PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan with 6.456 respondents. The technique of determining the number of samples used in this study is the Slovin formula and totaling 99 respondents. The research method used is the technique of collecting data through library research and field research conducted systematically based on research objectives. The analytical method used to solve problems and prove hypothesis is descriptive analysis, regression analysis. This analysis includes validity and reliability, the classic assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing through t and F tests, and the coefficient of determination (R^2) test. From the analysis obtained regression analysis **Customer Satisfaction = 2,173 + 0,332 Price + 0,448 Service Quality + e**. The t test results showed that the Price variable had a positive and significant effect on the Customer Satisfaction where $t_{count} 4,438 > t_{table} 1,985$, and Service Quality variable has a positive and significant effect on the Customer Satisfaction where $t_{count} 4,534 > t_{table} 1,985$. F test results show that $F_{count} > F_{table}$ is $117,285 > 3,09$ which means that the independent variable (Price and Service Quality) simultaneously influences the dependent variable (Customer Satisfaction). The coefficient of determination test results (R^2) shows that 71% of the Purchasing Decision variable is influenced by the Price and Service Quality variables, while the remaining 29% influenced by other variables such as location, service employee performance, and facilities.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction

MOTTO

HIDUP BUKANLAH TENTANG “**AKU BISA SAJA**”,
NAMUN TENTANG “**AKU MENCOBA**”. JANGAN
PIKIRKAN TENTANG KEGAGALAN, ITU
ADALAH PELAJARAN.

- SOEKARNO -

JANGAN PERNAH BERHENTI **BELAJAR** KARENA
HIDUP TIDAK AKAN PERNAH BERHENTI
MENGAJAR.

- OSCAR AULIQ-ICE -

PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI KU PERSEMBAHKAN UNTUK:

TUHAN YANG MAHA ESA, ATAS SEGALA BERKAT DAN RAHMAT-NYA SEHINGGA SKRIPSI INI DAPAT DIKERJAKAN DENGAN LANCAR DAN TEPAT WAKTU.

KEDUA ORANG TUA KU YANG TERCINTA, TERIMA KASIH TELAH MENYAYANGI, MEMBERIKAN MOTIVASI DAN DUKUNGAN BAIK MORIL MAUPUN SPIRITUIL.

KAKAK, ADIK-ADIK, DAN SAUDARA-SAUDARAKU YANG TELAH MEMBERIKAN MOTIVASI DAN DUKUNGAN, TERIMA KASIH BANYAK.

KEPADA DOSEN-DOSENKU, TERUTAMA UNTUK KEDUA DOSEN PEMBIMBINGKU, TERIMA KASIH TELAH MEMBERIKAN BANYAK ARAHAN, MOTIVASI, SEMANGAT DAN DUKUNGAN SELAMA Pengerjaan skripsi ini.

DAN SAHABAT SERTA TEMAN-TEMAN YANG SENANTIASA MENJADI PENYEMANGAT DALAM SUKA MAUPUN DUKA DAN BERBAGI KECERIAAN.

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

PERNYATAAN PLAGIARISME

KATA PENGANTAR..... v

ABSTRAK vii

ABSTRACT viii

MOTTO ix

PERSEMBAHAN..... x

DAFTAR ISI..... xi

DAFTAR TABEL..... xvi

DAFTAR GAMBAR..... xvii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Identifikasi Masalah..... 6

1.3. Batasan Masalah 7

1.4. Rumusan Masalah..... 7

1.5. Tujuan Penelitian 7

1.6. Kegunaan Penelitian 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU 9

2.1. Tinjauan Pustaka	9
2.1.1. Kepuasan Pelanggan	9
2.1.1.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	9
2.1.1.2. Aspek-Aspek Kepuasan Pelanggan.....	10
2.1.1.3. Faktor Utama dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan	11
2.1.1.4. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	12
2.1.2. Teori Tentang Harga	13
2.1.2.1. Pengertian Harga	13
2.1.3. Tahap-Tahap Penetapan Harga	14
2.1.3.4. Tujuan Penetapan Harga	14
2.1.3.5. Strategi Penetapan Harga	15
2.1.3.6. Dimensi Harga	16
2.1.3. Kualitas Pelayanan	17
2.1.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	17
2.1.3.2. Dimensi Kualitas Pelayanan	18
2.1.3.3. Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan	19
2.2. Penelitian Terdahulu	21
2.3. Kerangka Konseptual.....	23
2.4. Hipotesis	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	24
3.1.1. Lokasi Penelitian.....	24
3.1.2. Waktu Penelitian	24

3.2. Jenis dan Sumber Data.....	24
3.2.1. Jenis Data	24
3.2.1. Sumber Data.....	24
3.3. Populasi dan Sampel.....	25
3.3.1. Populasi.....	25
3.3.2. Sampel.....	26
3.4. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	27
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	30
3.6.1. Uji Validitas	30
3.6.2. Uji Reliabilitas	30
3.7. Uji Asumsi Klasik.....	31
3.7.1. Uji Normalitas.....	31
3.7.2. Uji Multikolinieritas.....	32
3.7.3. Uji Heteroskedastisitas.....	33
3.8. Analisis Regresi Linier Berganda	34
3.9. Uji Hipotesis	35
3.9.1. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	35
3.9.2. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	36
3.10. Koefisien Determinasi (R^2).....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	38
4.1.1. Sejarah Singkat PT. Dwi Karya Swadaya.....	38
4.1.2. Struktur Organisasi.....	38
4.2. Hasil Penelitian	42

4.2.1. Karakteristik Responden	42
4.2.2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	43
4.2.2.1. Uji Validitas	43
4.2.2.2. Uji Reliabilitas	46
4.2.3. Uji Asumsi Klasik	48
4.2.3.1. Uji Normalitas	48
4.2.3.2. Uji Multikolinearitas	52
4.2.3.3. Uji Heteroskedastisitas	53
4.2.4. Analisis Regresi Linier Berganda	55
4.2.5. Pengujian Hipotesis	57
4.2.5.1. Uji t (Uji Secara Parsial)	57
4.2.5.2. Uji F (Uji Secara Serempak)	59
4.2.6. Koefisien Determinasi (R^2)	60
4.3. Pembahasan	61
4.3.1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	61
4.3.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	62
4.3.3. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	62

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN

AKADEMIS	63
5.1. Kesimpulan	63
5.2. Implikasi Manajerial	63
5.3. Saran Akademis	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN RISET

DAFTAR ISI

SURAT BALASAN RISET

KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Jumlah Penjualan Sepeda Motor di Indonesia tahun 2018 - 2022	2
Tabel 1.2. Data Pendapatan Jasa pada PT. Dwi Karya Swadaya Selama 5 Tahun Terakhir	3
Tabel 1.3. Daftar Bengkel Sepeda Motor di Kecamatan Medan Barat.....	6
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3 .1. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	28
Tabel 4.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	43
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Harga.....	44
Tabel 4.3 Uji Validitas Kualitas Pelayanan	45
Tabel 4.4 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	46
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	47
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	47
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan	48
Tabel 4.8 Uji Normalitas dengan Kolmogrov-Smirnov.....	52
Tabel 4. 9 Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4. 10 Analisis Regresi Linier Berganda	56
Tabel 4.11 Uji t (Uji Secara Parsial)	58
Tabel 4.12 Uji F (Uji Secara Serempak)	60
Tabel 4. 13 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	23
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan	39
Gambar 4.2 Grafik Histogram.....	50
Gambar 4.3 Grafik Normal Probability Plot	51
Gambar 4. 4 Grafik Scatterplot	55

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian**
- Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas**
- Lampiran 3 Hasil Analisis Data Uji Validitas Harga (X_1)**
- Lampiran 4 Hasil Analisis Data Uji Reliabilitas Harga (X_1)**
- Lampiran 5 Hasil Analisis Data Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_2)**
- Lampiran 6 Hasil Analisis Data Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X_2)**
- Lampiran 7 Hasil Analisis Data Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)**
- Lampiran 8 Hasil Analisis Data Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)**
- Lampiran 9 Tabulasi Data Responden**
- Lampiran 10 Hasil Output SPSS 25**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan pertumbuhan penduduk yang semakin pesat, kebutuhan penduduk pun semakin meningkat, khususnya kebutuhan terhadap transportasi. Transportasi menjadi suatu kebutuhan masyarakat untuk membantu mobilitas mereka agar sampai disuatu tempat. Dengan begitu, Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki perkembangan yang cukup pesat dalam bidang otomotif. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengguna kendaraan bermotor dan arus lalu lintas yang semakin terlihat padat diseluruh daerah di Indonesia. Tidak hanya pernyataan saja tetapi juga ada beberapa peneliti yang menganalisa mengenai perkembangan otomotif di Indonesia.

Pada era modern saat ini, hampir setiap orang memiliki dan membutuhkan alat transportasi roda dua atau sepeda motor dan sudah menjadi kebutuhan mendasar bagi masyarakat. Dari berbagai kalangan usia, yaitu mulai dari usia remaja hingga dewasa sudah menggunakan alat transportasi terutama sepeda motor. Dengan begitu kegiatan berkendara di jalan membutuhkan kenyamanan, karena kendaraan yang digunakan harus selalu dalam kondisi baik. Perawatan dan *service* berkala serta *sparepart* yang rusak juga perlu diperbaiki agar kendaraan tetap dalam kondisi baik dan nyaman digunakan, sehingga diperlukan jasa reparasi sepeda motor. Situasi ini patut dijadikan sebagai peluang bisnis, dimana jumlah kendaraan sepeda motor di Indonesia semakin meningkat. Berikut ini dapat dilihat pada tabel 1.1 data jumlah penjualan sepeda motor di Indonesia tahun 2018-2022.

Tabel 1.1.
Data Jumlah Penjualan Sepeda Motor di Indonesia tahun 2018 - 2022

Tahun	Jumlah Volume Penjualan
2018	6.383.108
2019	6.487.460
2020	3.660.616
2021	5.057.516
2022	5.221.470
Total	27.474.803

Sumber: Asosiasi Sepeda Motor Indonesia (AISII)

Melalui data tabel di atas dapat dilihat bahwa pengguna kendaraan sepeda motor terus mengalami peningkatan, maka bisnis reparasi sepeda motor memiliki prospek yang cerah. Terjadinya peningkatan jumlah volume penjualan sepeda motor sejalan dengan meningkatnya usaha reparasi kendaraan sepeda motor.

Di wilayah Kota Medan, penyedia layanan jasa reparasi sepeda motor tersebar sangat luas mulai dari bengkel resmi sampai bengkel umum. Persaingan antar pengusaha bengkel sepeda motor yang semakin kompetitif membuat pengusaha harus meningkatkan kualitas usaha yang jauh lebih baik dari yang lain. Meningkatkan kualitas usaha bisa dimulai dari memperbaiki sistem pelayanan yang lebih berkualitas dan harga yang ditawarkan lebih kompetitif.

PT. Dwi Karya Swadaya merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa pelayanan perbaikan sepeda motor yang merupakan bengkel resmi Honda atau yang biasa disebut AHASS (Astra Honda Authorized Service Station). PT. Dwi Karya Swadaya terletak di Kota Medan tepatnya di Jalan Kolonel Yos Sudarso Nomor 23 / 175 E, Pulo Brayan Kota, Kecamatan Medan Barat, Kota Medan, Sumatera Utara, 20115. PT. Dwi Karya Swadaya juga menawarkan penjualan sparepart, berupa part, oli maupun tire.

Peningkatan pendapatan jasa menjadi hal yang sangat penting pada perusahaan terutama di bidang reparasi sepeda motor. Berbagai macam strategi telah dilakukan untuk meningkatkan pendapatan, seperti peningkatan kualitas pelayanan dan harga yang relatif kompetitif. Berikut ini adalah data pendapatan jasa pada PT. Dwi Karya Swadaya.

Tabel 1.2.
Data Pendapatan Jasa pada PT. Dwi Karya Swadaya Selama 5 Tahun Terakhir

Tahun	Jumlah Pelanggan	Pendapatan
2018	7.844	Rp. 397.297.425
2019	7.888	Rp. 411.458.666
2020	6.354	Rp. 368.431.332
2021	6.157	Rp. 333.875.512
2022	6.456	Rp. 381.639.880

Sumber: PT. Dwi Karya Swadaya, Januari 2023

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas, dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2018 jumlah pelanggan sebesar 7.844 orang dengan total pendapatan sebesar Rp. 397.297.425. Tahun 2019 mengalami kenaikan jumlah pelanggan sebanyak 44 orang dan pendapatan sebesar Rp. 14.161.241, di mana jumlah pelanggan 7.888 orang dengan pendapatan Rp. 411.458.666. Pada tahun 2020 mengalami penurunan pada jumlah pelanggan sebanyak 1.534 orang dan pendapatan sebesar Rp. 43.027.334, dimana jumlah pelanggan 6.354 orang dengan pendapatan sebesar Rp. 368.431.332. Lalu pada tahun 2021 kembali mengalami penurunan sebanyak 197 orang dan Rp. 34.555.820 dengan jumlah pendapatan sebesar Rp. 368.431.332. Berikutnya tahun 2022 mengalami kenaikan yang pesat pada jumlah pelanggan sekitar 4,85% dan pendapatan sekitar 14,3%.

Penurunan yang signifikan terjadi pada tahun 2020 dan 2021 karena Indonesia mengalami Pandemi Covid-19 dimana diberlakukannya pembatasan

kegiatan masyarakat oleh Pemerintah. Semua kegiatan dilakukan di rumah, seperti kegiatan belajar mengajar di sekolah melalui daring, bekerja dari rumah, beberapa fasilitas umum ditutup sementara dan masih banyak lagi. Dengan begitu masyarakat tidak melakukan mobilitas menggunakan kendaraan sepeda motor. Berbagai macam jenis ekonomi mengalami penurunan pada saat itu.

Pasca pemulihan Pandemi Covid19 pada tahun 2022 pendapatan naik kembali secara signifikan. Masyarakat sudah mulai kembali melakukan aktivitas seperti biasa, dimana perusahaan merasakan dampak dari masa pemulihan tersebut.

Pada PT. Dwi Karya Swadaya, kepuasan pelanggan dapat dikatakan cukup puas tetapi memang masih perlu dioptimalkan lagi jika dilihat dari tingkat penjualan selama 5 tahun terakhir.

PT. Dwi Karya Swadaya menyediakan platform untuk pelanggan dapat memberikan penilaian terhadap kualitas dari hasil kinerja yang diberikan. Agar perusahaan dapat terus berbenah menjadi lebih baik lagi guna memenuhi kepuasan pelanggan.

Dari segi harga, perusahaan sudah memberikan diskon tertentu kepada pelanggan, seperti untuk driver ojek online akan mendapatkan diskon sebesar 20% dan masih ada berbagai macam diskon yang menarik.

Salah satu strategi yang paling diutamakan dalam pemenuhan kepuasan pelanggan, yaitu dengan peningkatan kualitas pelayanan. Agar dapat menciptakan kualitas pelayanan yang baik, perusahaan harus memberikan pelayanan yang mampu diterima dan dirasakan pelanggan sesuai dengan atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan, maka

pelanggan akan semakin puas. Kepuasan yang dirasakan pelanggan akan berdampak positif bagi perusahaan, diantaranya akan mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan akan semakin positif bagi masyarakat, khususnya bagi para pelanggan.

Harga menjadi sebuah penilaian konsumen tentang perbandingan besarnya pengorbanan dengan apa yang akan didapatkan dari produk dan jasa. Menurut Amilia dan Asmara (2021), harga dapat dimasukkan ke dalam empat indikator berikut: keterjangkauan harga, kesesuaian produk dengan kualitas produk atau jasa, kesesuaian harga dengan manfaat dan harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga.

Menurut Kotler dalam (Aninditta, 2020), Kepuasan Pelanggan adalah ungkapan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja/hasil pada suatu produk dan harap-harapnya. Jika apa yang diberikan para perusahaan jasa memenuhi keinginan konsumen maka konsumen akan puas. Begitupun sebaliknya apabila keinginan konsumen tidak seperti apa yang mereka inginkan maka konsumen akan tidak puas.

Dari hasil pengamatan sementara, terdapat beberapa bengkel sepeda motor dimana memiliki tingkat harga dan kualitas pelayanan yang diberikan berbeda-beda. Maka PT. Dwi Karya Swadaya terus melakukan pembenahan dari segi harga, kualitas pelayanan, kualitas produk/jasa yang dijual, fasilitas yang memadai dan masih banyak lagi agar tetap dapat bersaing dengan kompetitor disekitarnya. Berikut daftar beberapa bengkel di Kecamatan Medan Barat.

Tabel 1.3.
Daftar Bengkel Sepeda Motor di Kecamatan Medan Barat

No	Nama Bengkel	Alamat
1	Masterban Yos Sudarso	Jalan Yos Sudarso, Pulo Brayan, Kec. Medan Barat
2	JT Motor	Jalan Karya, Sei Agul, Kec. Medan Barat
3	Bengkel Mampir Motor	Karang Berombak, Kec. Medan Barat
4	Hens Motor Medan	Jalan T. Amir Hamzah, Sei Agul, Kec. Medan Barat
5	Saudara Jaya Motor	Jalan Mesjid, Kesawan, Kec. Medan Barat

Berdasarkan dari uraian yang telah ada, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. DWI KARYA SWADAYA YOS SUDARSO MEDAN”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Disinyalir kepuasan pelanggan mengalami peningkatan disebabkan oleh:

1. Harga yang ditetapkan sesuai dan terjangkau dimana persepsi pelanggan terhadap harga baik. Adanya pemberian diskon untuk pelanggan menjadi alasan pelanggan untuk datang kembali.
2. Kualitas pelayanan yang diberikan dapat dikatakan baik tetapi perusahaan tetap harus melakukan pembenahan untuk menjadi lebih baik. Mengingat tidak semua pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan dimana menurut pelanggan melalui *platform* yang tersedia ada beberapa komplain, seperti kualitas ruang tunggu yang kurang memadai, *customer service* kurang ramah dan mekanik kurang informatif.

1.3. Batasan Masalah

Agar peneliti lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, penulis membatasinya dengan ruang lingkup penelitian meliputi Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2), dan variabel terikatnya Kepuasan Pelanggan (Y). Penelitian ini dilakukan di PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan.

1.4. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka yang menjadi pokok permasalahan yang akan diungkap dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan?
3. Apakah terdapat pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan?

1.5. Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan permasalahan yang timbul dan dihadapi oleh perusahaan, maka penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan.

3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan.

1.6. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian dapat dijelaskan secara sistematis sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi perusahaan sebagai acuan untuk meningkatkan strategi promosi dan inovasi yang tepat dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Akademis

Menjadi referensi untuk penelitian-penelitian yang akan dilakukan di masa yang akan datang sehingga hasil penelitian lebih akurat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Kepuasan Pelanggan

2.1.1.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan sangat penting untuk membangun bisnis lebih maju untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Menurut Kotler dalam (Aninditta, 2020), Kepuasan Pelanggan adalah ungkapan perasaan senang atau kecewa kepada seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja/hasil pada suatu produk dan harapan-harapannya.

Menurut Abdullah dan Tantri (2016:38), Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya.

Menurut Tse dan Wilton dalam (Pramularso, 2019), Kepuasan Pelanggan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian.

Menurut Didik Harjadi dan Iqbal Arraniri (2021:10), Kepuasan Pelanggan merupakan perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan sebanding dengan harapannya.

Menurut Tjiptono (2015:78), Kepuasan Konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan antara harapan atas kinerja dengan kinerja aktual produk.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa

pengertian Kepuasan Pelanggan adalah ukuran seberapa puas seorang pelanggan terhadap pelayanan atau produk yang mereka terima dan memenuhi harapan serta kebutuhannya.

2.1.1.2. Aspek-Aspek Kepuasan Pelanggan

Pelanggan akan lebih mengutamakan perusahaan yang dapat memberikan kepuasan terhadap produk/jasa yang diberikan. Menurut Dr. Meithiana Indrasari (2019:84), aspek-aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara efektif yaitu:

1. *Warranty costs*

Beberapa perusahaan dalam menangani *warranty costs* produk/jasa mereka dilakukan melalui persentase penjualan. Kegagalan perusahaan dalam memberi kepuasan kepada pelanggan biasanya karena perusahaan tidak memberi jaminan terhadap produk yang mereka jual kepada pelanggan.

2. Penanganan terhadap komplain dari pelanggan

Secara statistik hal ini penting untuk diperhatikan, namun seringkali terlambat bagi perusahaan untuk menyadarinya. Bila komplain/klaim dari pelanggan tidak secepatnya diatasi, maka *customer defections* tidak dapat dicegah.

3. *Market share*

Merupakan hal yang harus diukur dan berkaitan dengan kinerja perusahaan. Jika *market share* diukur, maka yang diukur adalah kuantitas, bukan kualitas dari pelayanan perusahaan.

4. *Costs of poor quality*

Hal ini dapat bernilai memuaskan bila biaya untuk *defecting* customer dapat diperkirakan.

5. *Industry reports*

Terdapat banyak jenis dari *industry reports* ini, seperti yang disampaikan oleh J.D Power dalam Bhote, yakni *report yang fairest, most accurate* dan *most eagerly* yang dibuat oleh perusahaan.

2.1.1.3. Faktor Utama dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, apabila faktor-faktor tersebut dapat dipenuhi dengan baik maka loyalitas pelanggan pun tercipta. Menurut Dr. Meithiana Indrasari (2019:87), dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas pelayanan

Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan

3. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek

tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

5. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa.

2.1.1.4. Indikator Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan penilaian murni dari subjektif konsumen. Menurut Hawkins dan Looney dalam (Tjiptono dan Diana, 2016), beberapa indikator kepuasan pelanggan adalah:

1. Kesesuaian harapan

Kesesuaian harapan dari ekspektasi yang sudah diharapkan oleh pelanggan pada apa yang telah dibayarkan dan terhadap janji yang sudah diberikan oleh perusahaan.

2. Minat berkunjung kembali / pembelian ulang

Pelanggan yang sudah merasa puas terhadap perusahaan akan memiliki minat untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang kepada

produk atau jasa yang ditawarkan.

3. Ketersediaan Merekomendasi

Ketersediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada kerabat atau keluarga karena sudah merasakan kepuasan yang diberikan oleh perusahaan.

2.1.2. Teori Tentang Harga

2.1.2.1. Pengertian Harga

Harga adalah hal terpenting dalam jual beli karena menjadi nilai tukar dari sebuah produk atau jasa dan mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan. Menurut Firmansyah (2019:65), Harga adalah sejumlah uang yang konsumen bayar untuk membeli produk atau mengganti hak milik produk.

Menurut Arief Rachman Kurniawan (2018:22), Harga adalah nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang untuk memperoleh barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu dan tempat tertentu.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2017:5), Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa.

Menurut Tjiptono dan Diana (2016:218), Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Menurut Permana Budi (2013:100), Harga merupakan salah satu indikator yang dipakai sebagai pertimbangan dalam memilih suatu produk oleh konsumen dimana harga mampu merebut hati para konsumen dan calon konsumen dalam

mengambil keputusan.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa pengertian Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada konsumen untuk memperoleh manfaat saat membeli suatu produk, baik barang ataupun jasa dari produsen.

2.1.3.3. Tahap-Tahap Penetapan Harga

Dalam menetapkan harga harus sesuai dengan biaya yang dikeluarkan. Menurut Titik Wijayanti (2018:67), adapun tahap-tahap penetapan Harga adalah sebagai berikut:

1. Melakukan survei pasar harga produk kompetitor
2. Menetapkan sasaran harga produk atau jasa
3. Memperkirakan biaya produksi (*COGS: Cost Of Good Sales*) dan menentukan biaya harga jual
4. Menganalisis harga, biaya, biaya dan penawaran pesaing
5. Menetapkan metode penentuan strategi harga produk atau jasa
6. Menetapkan harga akhir

2.1.3.4. Tujuan Penetapan Harga

Tujuan penetapan harga sangat penting pengaruhnya terhadap keuangan perusahaan. Menurut Arief Rakhman Kurniawan (2018:23), tujuan penetapan Harga antara lain:

1. Memperoleh keuntungan yang optimal

Menetapkan harga kompetitif atau bersaing, maka perusahaan akan

memperoleh keuntungan yang optimal.

2. Membuat perusahaan tetap bertahan

Nilai keuntungan dari perusahaan dapat menutup biaya-biaya operasional sehingga perusahaan masih tetap bertahan.

3. Mencapai ROI (*Return on Investment*)

Perusahaan menginginkan balik modal lebih cepat dari investasi yang ditanam di perusahaan, penetapan harga yang tepat akan mempercepat pengembalian investasi.

4. Menguasai pangsa pasar

Dengan menetapkan harga rendah terhadap produk pesaing akan dapat mengalihkan perhatian konsumen dari produk competitor yang ada di pasaran.

5. Mempertahankan *Status Quo*

Perusahaan yang telah memiliki pasar sendiri, perlu memerhatikan pengaturan harga yang tepat agar dapat mempertahankan pangsa pasar.

2.1.3.5. Strategi Penetapan Harga

Strategi penetapan harga adalah kebijakan perusahaan dalam menetapkan harga jual produk/jasa. Menurut Kasmir dan Jakfar (2017:54), strategi penetapan harga adalah:

1. *Skimming pricing*

Harga awal produk yang ditetapkan setinggi-tingginya dengan tujuan bahwa produk atau jasa memiliki kualitas tinggi.

2. *Penetration pricing*

Dengan menetapkan harga yang serendah mungkin dengan tujuan untuk menguasai pasar.

3. *Status quo pricing*

Harga yang ditetapkan disesuaikan dengan harga pesaing.

2.1.3.6. Dimensi Harga

Dimensi dapat digunakan untuk mengukur kesesuaian harga dengan produk/jasa. Menurut Kotler dan Armstrong yang diterjemahkan oleh Bob Sabran (2012:52), menjelaskan ada empat ukuran yang mencirikan harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen, orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas.

3. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen memutuskan menggunakan jasa jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya.

4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

Konsumen sering membandingkan harga, dalam hal ini mahal murahnya sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan menggunakan jasa.

2.1.3. Kualitas Pelayanan

2.1.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan bisa diartikan menjadi taraf kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan bisa dikatakan baik apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Wibowo dan Priansa (2017:159), Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Ratnasari dan Aksa (2016:103), Kualitas Pelayanan adalah keseluruhan dari ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten dan dengan kata lain kualitas suatu produk atau jasa adalah sejauhmana produk atau jasa memenuhi spesifikasi-spesifikasinya.

Menurut Wyckoff (2021), Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan.

Menurut N.L. Krisna (2021), Kualitas Pelayanan adalah hasil yang harus dicapai dan dilakukan dengan sebuah tindakan. Dimana tindakan tersebut tidak berwujud dan mudah hilang, namun dapat dirasakan dan diingat.

Menurut Oktafani dan Sigit P. (2014), Kualitas Pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa pengertian Kualitas Pelayanan adalah suatu tingkat pelayanan yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan dan kebutuhan pelanggan.

2.1.3.2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan membandingkan antara pelayanan yang diterima dengan harapan pelanggan. Menurut Ratnasari dan Aksa (2016:107), dimensi yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah:

1. *Tangible* (berwujud)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan. Hal yang meliputi fasilitas fisik seperti gedung, gudang, perlengkapan dan peralatan yang digunakan serta penampilan pegawai.

2. *Reliability* (reliabilitas)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpati, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. *Responsiveness* (ketanggapan)

Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. *Assurance* (jaminan dan kepastian)

Pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan

untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

5. *Empaty* (empati)

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

2.1.3.3. Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan

Untuk menciptakan perusahaan yang kondusif, terdapat prinsip-prinsip yang harus dijadikan acuan dalam pemberian kualitas pelayanan. Prinsip-prinsip pemberian kualitas pelayanan menurut Wibowo dan Priansa (2017:161) adalah sebagai berikut:

1. Sistem dan kebijakan

Kualitas pelayanan perlu didukung oleh sistem dan kebijakan perusahaan yang sportif, artinya kualitas pelayanan muncul bukan hanya karena kebutuhan konsumen namun juga kebutuhan perusahaan untuk terus berkembang sesuai dengan kebutuhan konsumen namun juga kebutuhan perusahaan untuk terus berkembang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

2. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaan untuk

meningkatkan kinerja kualitasnya, tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil bagi perusahaan.

3. Pendidikan dan pelatihan

Agar pelayanan yang dihasilkan berkualitas maka diperlukan pendidikan dan pelatihan yang memadai dari setiap personel organisasi dalam proses dan penyampaian jasa.

4. Perencanaan

Meliputi pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan persoalan untuk mencapai visi dan misi organisasi.

5. *Review*

Proses *review* merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konsisten dan terus-menerus untuk memberikan pelayanan yang berkualitas.

6. Komunikasi

Implementasi strategi dalam organisasi dipengaruhi oleh komunikasi terhadap karyawan, pelanggan, dan *stakeholders* perusahaan.

7. *Rewards*

Penghargaan dan pengakuan merupakan aset yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberi penghargaan agar memiliki motivasi untuk selalu terus-menerus memberikan pelayanan yang berkualitas.

8. Kepuasan pelanggan

Pelayanan yang berkualitas harus didasarkan pada kenyataan bahwa pelayanan tersebut mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya secara memadai. Semakin puas pelanggan merasakan pelayanan yang diterimanya, maka semakin berkualitas pelayanan tersebut.

2.2. Penelitian Terdahulu

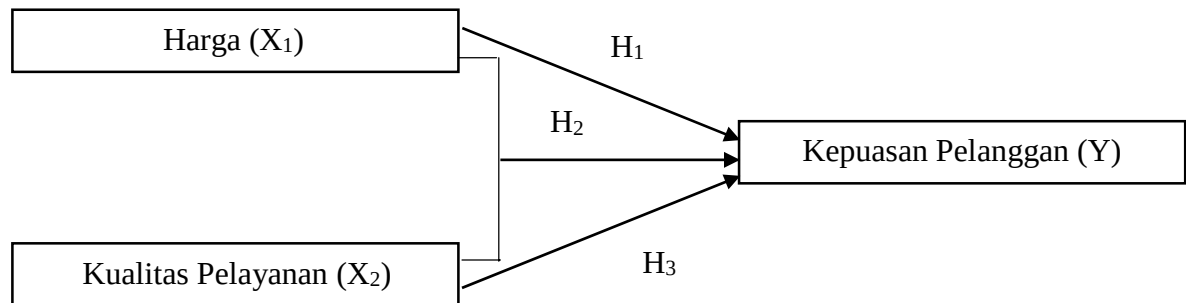
Pada penelitian ini, peneliti mereferensi beberapa tinjauan penelitian terdahulu seperti tabel dibawah ini.

Tabel 2.1.
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Aan Rahman, Puji Yuniarti dan Dinda Aprilia (2020) Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer, Vol.5, No.2, 2020. ISSN: 2685-8223. Jakarta	Analisis Peran Kualitas Pelayanan Karyawan Rumah Makan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Setya Kuliner Mandiri Jagakarsa Jakarta Selatan	Independen X = Kualitas Pelayanan Dependen Y = Kepuasan Konsumen	Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang sangat kuat dan positif antara kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan D'Besto Jagakarsa
2	Anita Librianty dan Rudi Triadi Yuliarto (2019) Jurnal Ilmiah Aset, Vol.21,	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero)	Independen X = Kualitas Pelayanan Dependen Y = Kepuasan	Indikator tangibles, responsiveness dan assurance tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	No.1, 2019. Sinta 6. Pontianak	Rayon Jawi Pontianak	Pelanggan	Indikator reliability dan emphaty berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
3	Ugeng Budi Haryoko dan Hapid Rabani (2019) Jurnal Ilmiah Feasible: Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi, Vol.1, No.2, 2019. Sinta 5. Pamulang	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Abadi Jaya Motor Bogor	Independen X_1 = Kualitas Pelayanan X_2 = Lokasi Dependen Y = Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Abadi Jaya Motor Bogor
4	Rahmat Widiyanto, Wahono Sumaryono dan Djoharsjah (2019) Majalah Farmaseutik, Vol.16, No.1, 2019. Sinta 4. Jakarta	Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Umum di Apotek Farmarin Bidakara	Independen X_1 = Citra Merek X_2 = Kualitas Pelayanan Dependen Y_1 = Kepuasan Pelanggan Y_2 = Loyalitas Pelanggan	Variabel Citra Merek dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan umum di Apotek Farmarin Bidakara
5	Louissandro Oktavianus dan Megawati (2022) Jurnal Ilmiah Ekonomi&Bisnis Universitas Multi Data Palembang, Vol.11, No.2, 2022. Sinta 4. Palembang	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Customer Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Springbed Procella Di Palembang	Independen X_1 = Kualitas Produk X_2 = Harga X_3 = Kualitas Pelayanan X_4 = Customer Value Dependen Y_1 = Kepuasan Pelanggan	Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Springbed Procella di Palembang

2.3. Kerangka Konseptual



Gambar 2.1.
Kerangka Konseptual

2.4. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibahas oleh penulis sebelumnya, maka penulis mengajukan dugaan atau hipotesis, yaitu:

H₁: Terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dwi Karya

Swadaya Yos Sudarso Medan

H₂: Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada

PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan

H₃: Terdapat pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan

Pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1. Lokasi Penelitian

Penelitian berlokasi di PT. Dwi Karya Swadaya, Jalan Kolonel Yos Sudarso Nomor 23 / 175 E, Pulo Brayan Kota, Kecamatan Medan Barat, Kota Medan, Sumatera Utara, 20115.

3.1.2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dari bulan Maret sampai dengan April 2023.

3.2. Jenis dan Sumber Data

3.2.1. Jenis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yaitu hasil penelitian yang diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya. Dengan menggunakan metode penelitian ini akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti, sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

3.2.1. Sumber Data

Dalam sebuah penelitian, data memegang peranan penting yaitu sebagai alat

pembuktian hipotesis serta pencapaian tujuan penelitian. Penelitian harus mengetahui jenis data apa saja yang diperlukan dan mengidentifikasi, mengumpulkan, serta mengolah data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Menurut Wiratna Sujarweni (2019:89), Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner. Kuesioner berisi daftar pernyataan yang terstruktur dan materinya berhubungan dengan Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Data Sekunder

Menurut Wiratna Sujarweni (2019:89), Data Sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Wiratna Sujawerni (2019:80), Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen PT. Dwi Karya Swadaya sebanyak 6.456 orang pada tahun 2022.

3.3.2. Sampel

Menurut Wiratna Sujarweni (2019:81), Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada PT. Dwi Karya Swadaya sebanyak 6.456 orang pada tahun 2022.

Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah konsumen pada PT. Dwi Karya Swadaya sebanyak 6.456 orang pada tahun 2022, dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin. Menurut Wahyudi (2017:17), Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel

Adapun kesalahan yang ditolerir dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebesar 10%. Dari rumus yang tertera di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{6456}{1 + (6456)(0,1)^2}$$

$$n = \frac{6456}{65,56}$$

$$n = 98,4 = 99$$

Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan sampling insidental. Menurut Fenti Hikmawati (2019:68), Teknik sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data. Sehingga sampel dalam penelitian ini sebanyak 99 responden.

3.4. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami berbagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian:

Tabel 3 .1.
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Konsep	Indikator	Pengukuran
Harga (X_1)	Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada konsumen untuk memperoleh manfaat saat membeli suatu produk, baik barang ataupun jasa dari produsen.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan 3. Kesesuaian harga dengan manfaat 4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga Sumber: Bob Sabran (2012:52)	Skala Likert
Kualitas Pelayanan (X_2)	Kualitas Pelayanan adalah suatu tingkat pelayanan yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan dan kebutuhan pelanggan.	1. <i>Reliability</i> 2. <i>Responsiveness</i> 3. <i>Assurance</i> 4. <i>Emphaty</i> 5. <i>Tangible</i> Sumber: Ratnasari dan Aksa (2016:107)	Skala Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan Pelanggan adalah ukuran seberapa puas seorang pelanggan terhadap pelayanan atau produk yang mereka terima dan memenuhi harapan serta kebutuhannya.	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali / pembelian ulang 3. Kesiediaan merekomendasi Sumber: Hawkins dan Looney dalam (Tjiptono dan Diana, 2016)	Skala Likert

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner terstruktur) yang diberikan kepada responden, yaitu pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya. Yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan data yaitu dengan cara penyebaran angket. Metode angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya.

Kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh data berupa informasi secara tertulis dan langsung dari responden. Jawaban dari responden berupa kualitatif yang kemudian dikuantitatifkan dan diukur dengan menggunakan skala tingkat (*likert*). Menurut Vivi Herlina (2019:6), skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial.

Dalam pengukuran aspek pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan digunakan skala tingkat (*likert*) dengan keterangan sebagai berikut:

1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
3. Skor 3 untuk jawaban Ragu-Ragu (RR)
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

3.6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.6.1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51), Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Kriteria dinyatakan valid adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan valid apabila

$$r_{hitung} > r_{tabel}$$
2. Item pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$

3.6.2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45), Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut:

1. *Cronbach's alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk
2. *Cronbach's alpha* $0,6 - 0,79$ = reliabilitas diterima
3. *Cronbach's alpha* $> 0,8$ = reliabilitas baik

3.7. Uji Asumsi Klasik

3.7.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Metode yang handal adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Menurut Ghozali (2018:161-164), distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan *ploting* data residual akan membandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Menurut Ghozali (2018:161-164), uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogrov-Smirnov* (K-S). dalam uji ini, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

1. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka distribusi normal
2. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,5 maka distribusi tidak normal

Hipotesis yang digunakan dalam uji ini adalah:

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

3.7.2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018:107-108), Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya dengan melihat:

1. Nilai *Tolerance* dan lawannya
2. *Variance Inflation Factor* (VIF)

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi syarat untuk melihat nilai *Tolerance* dan *Varian Inflation Factor* (VIF) pada model regresi apabila:

1. Nilai $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas
2. Nilai $VIF > 10$ dan $tolerance < 0,1$ maka dinyatakan terjadi multikolinieritas

3.7.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137-138), Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual suatu pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang sama atau disebut Homoskedastisitas. Kebanyakan data *crossection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).

Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (*dependen*) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentized. Dasar analisis sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018:95), analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara dua variabel atau lebih juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen. Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan model regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + Q_1X_1 + Q_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan (dependent variabel)

X₁ = Harga (independent variabel)

X₂ = Kualitas Pelayanan (independent variabel)

α = Konstanta

β₁ = Koefisien untuk variabel harga

β₂ = Koefisien untuk kualitas pelayanan

e = persentase kesalahan (5%)

3.9. Uji Hipotesis

3.9.1. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:98-99), Uji t statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lainnya konstan. Uji t digunakan untuk melihat secara parsial apakah adakah pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (Harga dan Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan).

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$, Artinya Harga; Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya.

$H_a : \beta_1, \beta_2 \neq 0$, Artinya Harga; Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada taraf signifikan (α) = 5%.

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
2. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3.9.2. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2018:98), Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dimensi variabel bebas secara serempak terhadap variabel terikat. Uji F digunakan untuk melihat secara serempak apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (Harga dan Kualitas Pelayanan) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan).

Dasar pengambilan keputusan dalam uji F sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$, Artinya Harga; Kualitas Pelayanan secara simultan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya.

$H_a : \beta_1, \beta_2 \neq 0$, Artinya Harga; Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada taraf signifikan (α) = 5%.

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
2. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3.10. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah proporsi variabel dependen yang dapat diprediksi dari variabel independen. Menurut Ghazali (2018:97), Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan modal dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

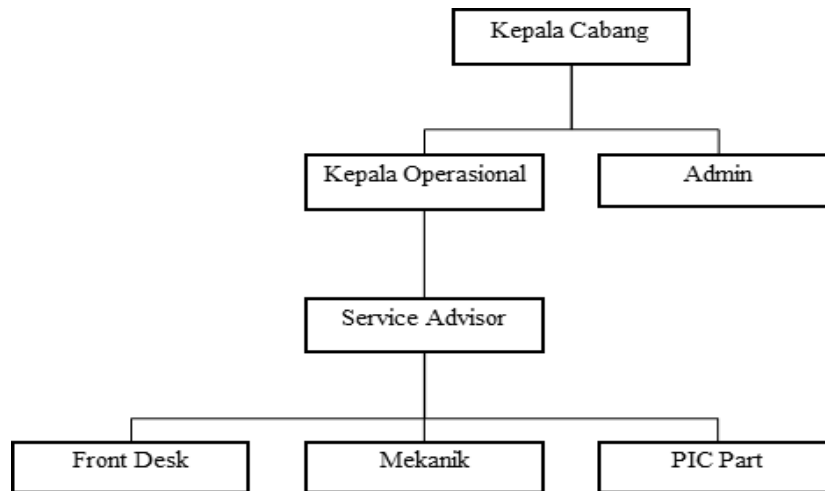
4.1.1. Sejarah Singkat PT. Dwi Karya Swadaya

DKS Group merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa pelayanan perbaikan sepeda motor khusus merek Honda atau biasa disebut dengan AHASS (Astra Honda Authorized Service Station). DKS Group terdiri dari 5 perusahaan yang terdapat didalamnya 13 cabang diantaranya PT. Dwi Karya Swadaya (Yos Sudarso, Tanjung Morawa, Rakyat), PT. Dwi Karya Swakarsa (Helvetia, Tembung), PT. Dwi Karya Swastika (Marindal, Titipapan), PT. Dwi Karya Sartika (Amal, Setia Budi, Gaperta) dan PT. Dwi Karya Serasi (Cinta Karya, Menteng, Bhayangkara). Awal perusahaan yang didirikan adalah PT. Dwi Karya Swadaya pada tahun 2017 yang beralamat di Jalan Kolonel Yos Sudarso Nomor 23 / 175 E, Pulo Brayan Kota, Kecamatan Medan Barat, Kota Medan, Sumatera Utara 20115.

Bukan hanya melayani jasa perbaikan sepeda motor, PT. Dwi Karya Swadaya juga melayani pemeliharaan suku cadang motor Honda yang masih dalam masa garansi dimana pelanggan akan mendapatkan *service* secara gratis dengan memenuhi syarat-syarat yang berlaku untuk dapat mengklaim garansi dan juga menjual suku cadang Honda, oli dan tire.

4.1.2. Struktur Organisasi

Berikut ini adalah struktur organisasi PT. Dwi Karya Swadaya sesuai gambar di bawah ini :



Sumber: PT. Dwi Karya Swadaya, 2022

Gambar 4. 1

Struktur Organisasi PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan

Keterangan dari tugas setiap bagian struktur organisasi:

1. Kepala Cabang

Kepala cabang memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Melakukan kegiatan pengelolaan cabang dibidang penjualan, administrasi, *service* serta mengoptimalkan sumber daya yang ada dalam usaha pencapaian target.
- b. Meningkatkan produktivitas/*performance* cabang serta kepuasan pelanggan.

2. Kepala Operasional

Kepala operasional bertugas dan bertanggung jawab dalam:

- a. Mengelola seluruh kegiatan bengkel dalam rangka meningkatkan mutu dan kecepatan pelayanan melalui SOP yang berlaku.
- b. Menjaga dan meningkatkan mutu pelayanan bengkel dan *performance* jajaran personel bengkel.

- c. Mengontrol *stock spareparts* gudang bengkel sesuai *target service rate*.
- d. Pembinaan dan pengembangan personel bengkel.
- e. Mengevaluasi pelaksanaan sistem dan prosedur bengkel.
- f. Memantau pengelolaan limbah padat, cair dan gas di bengkel.

3. **Admin**

Admin memiliki tugas sebagai berikut:

- a. Mencetak kontrak kerja untuk Perjanjian Kerja Sama (PKS) sesuai dengan kesepakatan yang telah disetujui oleh *Workshop Head*.
- b. Memonitor batas waktu pembayaran dan dokumen-dokumen pendukungnya.
- c. Melakukan administrasi *Account Receivable* (AR).
- d. Melakukan kegiatan administrasi

4. **Service Advisor**

Service Advisor mempunyai tugas dan tanggung jawab dalam:

- a. Melayani kebutuhan pelanggan yang datang dan keluar bengkel dengan mendengarkan, menganalisa dan menjelaskan tentang kerusakan kendaraan.
- b. Membuat Perintah Kerja Bengkel (PKB) dan estimasi waktu serta biaya.
- c. Memasukkan data keluhan pelanggan mengenai kondisi kendaraan pelanggan pada sistem komputer.
- d. Memeriksa kendaraan yang telah diperbaiki, apakah sesuai dengan PKB.
- e. Menyerahkan kembali kendaraan pada pelanggan dalam keadaan bersih

berikut parts bekas sesuai dengan form pemeriksaan kendaraan.

- f. Mengingatkan pelanggan untuk melakukan perawatan secara berkala berikutnya pada saat selesai perawatan/perbaikan.

5. **Front Desk**

Front desk mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Menerima pembayaran dari pelanggan.
- b. Membuat laporan kas/bank harian.
- c. Meregistrasi dan memonitor kwitansi untuk penagihan.
- d. Menyetor hasil pemasukan kas ke Admin pada sore hari serta membuat laporannya.
- e. Melakukan pengeluaran uang untuk keperluan bengkel sesuai dengan memo dari atasan.
- f. Melayani pelanggan dengan ramah.

6. **Mekanik**

Mekanik bertugas dalam:

- a. Melakukan pekerjaan perbaikan kendaraan pelanggan dengan sebaik-baiknya sesuai dengan instruksi kerja yang tercantum dalam Perintah Kerja Bengkel (PKB).
- b. Menjaga dan memelihara peralatan bengkel.
- c. Meminta dan mengambil suku cadang yang dibutuhkan dalam pekerjaan perbaikan setelah disetujui oleh *Service Advisor*.
- d. Menempatkan suku cadang bekas kedalam kantong plastik dan kemudian meletakkannya dengan rapi dikendaraan pelanggan yang telah

selesai diperbaiki.

- e. Menggunakan *tools, equipment*, dan *special service tools* dalam proses perbaikan sesuai dengan prosedur perbaikan serta menyimpannya kembali setelah selesai digunakan pada tempatnya.

7. **PIC Parts**

PIC *Parts* mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Melakukan pemesanan suku cadang ke Sub Depo, baik untuk keperluan gudang *spareparts*.
- b. Menerima dan memeriksa suku cadang yang datang sesuai dengan kondisi fisik dan dokumen-dokumen yang dibutuhkan.
- c. Menyimpan suku cadang untuk *stock* sesuai dengan lokasi yang telah ditetapkan, membuat lokasi baru untuk suku cadang baru.
- d. Mengatur *layout* gudang agar menjadi efektif dan efisien.
- e. Mengelola *stock* sesuai standar-standar dan target *inventory* dengan standar pengelolaan suku cadang.
- f. Melakukan *stock opname* secara rutin.
- g. Membuat retur dan klaim bagi suku cadang yang rusak atau kurang dalam penerimaan dari Sub Depo.

4.2. **Hasil Penelitian**

4.2.1. **Karakteristik Responden**

Deskripsi responden merupakan deskripsi tentang unit analisis yang diteliti yang mencakup karakteristik atau profil responden yang diperoleh dari hasil

pengolahan data dari kuesioner. Data yang diperoleh selama penelitian berlangsung di PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan akan disajikan dalam bentuk analisis data dengan jumlah sampel 99 orang responden. Penulis menyajikan data karakteristik responden seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Deskripsi Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	79 orang	80%
2	Perempuan	20 orang	20%
Jumlah		99 Orang	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 4.1, dapat dilihat bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 79 orang (80%) dan responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 20 orang (20%).

4.2.2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.2.2.1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51), Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, n adalah jumlah sampel. Pada penelitian ini jumlah sampel (n) = 30 dan besarnya nilai (df) = $30-2 = 28$, dengan alpha sebesar 5% dan menghasilkan nilai

r_{tabel} sebesar 0,3610.

Dengan ketentuan sebagai berikut.

1. Hasil $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}} = \text{valid}$
2. Hasil $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}} = \text{tidak valid}$

Jika r_{hitung} pada tiap butir pernyataan lebih besar daripada r_{tabel} dan nilai r positif maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Hasil uji validitas untuk variabel Harga (X_1) dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.2
Uji Validitas Variabel Harga

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harga yang ditawarkan PT. Dwi Karya Swadaya sangat terjangkau oleh pelanggan.	0,553	0,3610	Valid
PT. Dwi Karya Swadaya selalu memberikan diskon setiap pelanggan melakukan <i>service motor</i> .	0,539	0,3610	Valid
Harga yang ditetapkan PT. Dwi Karya Swadaya sangat sesuai dengan keinginan pelanggan.	0,575	0,3610	Valid
Harga yang diberikan PT. Dwi Karya Swadaya sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.	0,372	0,3610	Valid
Harga yang ditawarkan PT. Dwi Karya Swadaya sebanding dengan manfaat yang diterima oleh pelanggan.	0,660	0,3610	Valid
Harga yang ditawarkan PT. Dwi Karya Swadaya memberikan banyak manfaat bagi pelanggan.	0,560	0,3610	Valid
Perbandingan harga yang ditawarkan PT. Dwi Karya Swadaya tergolong sama.	0,486	0,3610	Valid
Pelanggan tetap memilih PT. Dwi Karya Swadaya walaupun harga dari bengkel lain sama.	0,643	0,3610	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.2, dapat disimpulkan bahwa pada variabel Harga (X_1) menunjukkan semua nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} 0,3610. Sehingga, semua butir pernyataan Harga (X_1) dinyatakan valid.

Hasil uji validitas untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_2) dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.3
Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
PT. Dwi Karya Swadaya sangat dapat diandalkan dalam memberikan pelayanan.	0,688	0,3610	Valid
PT. Dwi Karya Swadaya memberikan hasil kerja yang optimal sehingga membuat pelanggan merasa puas terhadap pelayanannya.	0,694	0,3610	Valid
PT. Dwi Karya Swadaya menanggapi keluhan ataupun saran yang diberikan oleh pelanggan.	0,682	0,3610	Valid
PT. Dwi Karya Swadaya memberikan tanggapan yang baik dan selalu memberikan respon dengan cepat kepada pelanggan.	0,663	0,3610	Valid
PT. Dwi Karya Swadaya memiliki ruang tunggu yang nyaman dan bersih.	0,800	0,3610	Valid
PT. Dwi Karya Swadaya memiliki fasilitas dan peralatan yang memadai.	0,582	0,3610	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.3, dapat disimpulkan bahwa pada variabel Kualitas Pelayanan (X_2) menunjukkan semua nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} 0,3610. Sehingga, semua butir pernyataan Kualitas Pelayanan (X_2) dinyatakan valid.

Hasil uji validitas untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.4
Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
PT. Dwi Karya Swadaya memberikan hasil kerja sesuai dengan harapan pelanggan.	0,767	0,3610	Valid
Pelayanan dan fasilitas penunjang yang diberikan PT. Dwi Karya Swadaya sesuai dengan harapan pelanggan.	0,553	0,3610	Valid
Pelanggan PT. Dwi Karya Swadaya berminat untuk berkunjung kembali karena harga yang ditawarkan sesuai dengan hasil kerja.	0,692	0,3610	Valid
Pelanggan PT. Dwi Karya Swadaya berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan.	0,600	0,3610	Valid
Pelanggan PT. Dwi Karya Swadaya merekomendasikan bengkel ini karena hasil kerja yang memuaskan.	0,814	0,3610	Valid
Pelanggan PT. Dwi Karya Swadaya merekomendasikan bengkel ini karena harga yang ditawarkan sesuai dengan hasil kerja.	0,695	0,3610	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.4, dapat disimpulkan bahwa pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan semua nilai r_{hitung} yang lebih besar r_{tabel} 0,3610. Sehingga, semua butir pernyataan Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan valid.

4.2.2.2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45), Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut:

1. *Cronbach's alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* $0,6 - 0,79$ = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* $> 0,8$ = reliabilitas baik.

Hasil uji reliabilitas untuk variabel Harga (X_1) dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.5
Uji Reliabilitas Variabel Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.671	8

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.5, dapat disimpulkan bahwa pada variabel Harga (X_1) menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* berada diantara $0,6 - 0,79$. Sehingga, pada variabel Harga (X_1) reliabilitas diterima.

Hasil uji reliabilitas untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_2) dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 6
Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.766	6

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.6, dapat disimpulkan bahwa pada variabel Kualitas Pelayanan (X_2) menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* berada diantara $0,6 - 0,79$.

Sehingga, pada variabel Kualitas Pelayanan (X_2) reliabilitas diterima.

Hasil uji reliabilitas untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.775	6

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.7, dapat disimpulkan bahwa pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* berada diantara 0,6 – 0,79. Sehingga, pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) reliabilitas diterima.

4.2.3. Uji Asumsi Klasik

4.2.3.1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Metode yang handal adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Menurut Ghozali (2018:161-164), distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan *ploting* data residual akan membandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan

data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut.

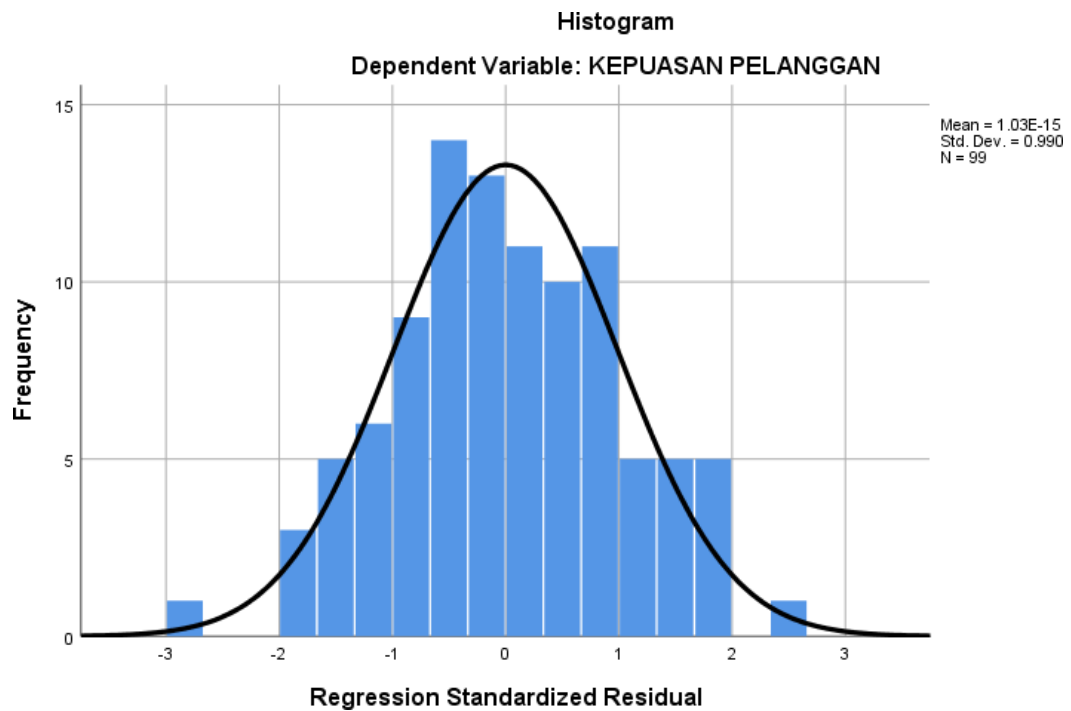
1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogrov Smirnov* (K-S).

Dalam uji ini, pedoman yang digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan adalah:

1. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka distribusi normal
2. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,5 maka distribusi tidak normal

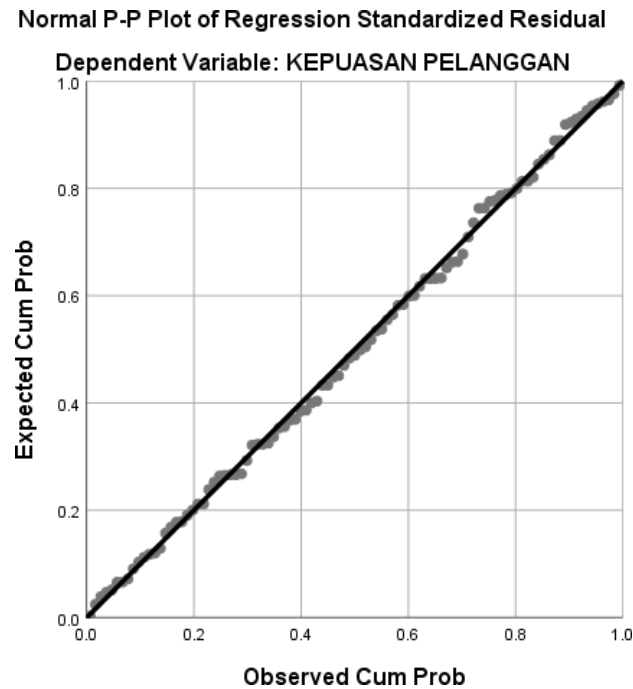
Hasil uji normalitas dengan grafik histogram dan grafik *normal probability plot* dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Gambar 4.2
Grafik Histogram

Berdasarkan gambar 4.2, dapat disimpulkan bahwa data tegak lurus di atas angka 0, bentuk kurva pada histogram memiliki bentuk seperti lonceng, tidak miring ke kanan atau ke kiri. Sehingga, model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Gambar 4.3
Grafik Normal Probability Plot

Berdasarkan gambar 4.3, dapat disimpulkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sehingga, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hal ini sejalan dengan hasil pengujian menggunakan grafik histogram bahwa data telah berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas dengan *Kolmogrov-Smirnov* (K-S) dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.8
Uji Normalitas dengan *Kolmogrov-Smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.61676939
Most Extreme Differences	Absolute	.038
	Positive	.033
	Negative	-.038
Test Statistic		.038
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.8, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 (Sig F > 0,05). Sehingga, data yang diuji telah berdistribusi normal.

4.2.3.2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2018:107), Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

Multikolinearitas dapat juga dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Varian Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih

yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, nilai *Tolerance* sama dengan nilai VIF tertinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Jadi syarat untuk melihat nilai *Tolerance* dan VIF pada model regresi apabila:

1. Nilai $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
2. Nilai $VIF > 10$ dan $tolerance < 0,1$ maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 9
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
HARGA	.314	3.188
KUALITAS PELAYANAN	.314	3.188

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.9, dapat disimpulkan bahwa nilai *Tolerance* menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF menunjukkan nilai yang kurang dari 10. Sehingga, data menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

4.2.3.3. Uji Heteroskedastisitas

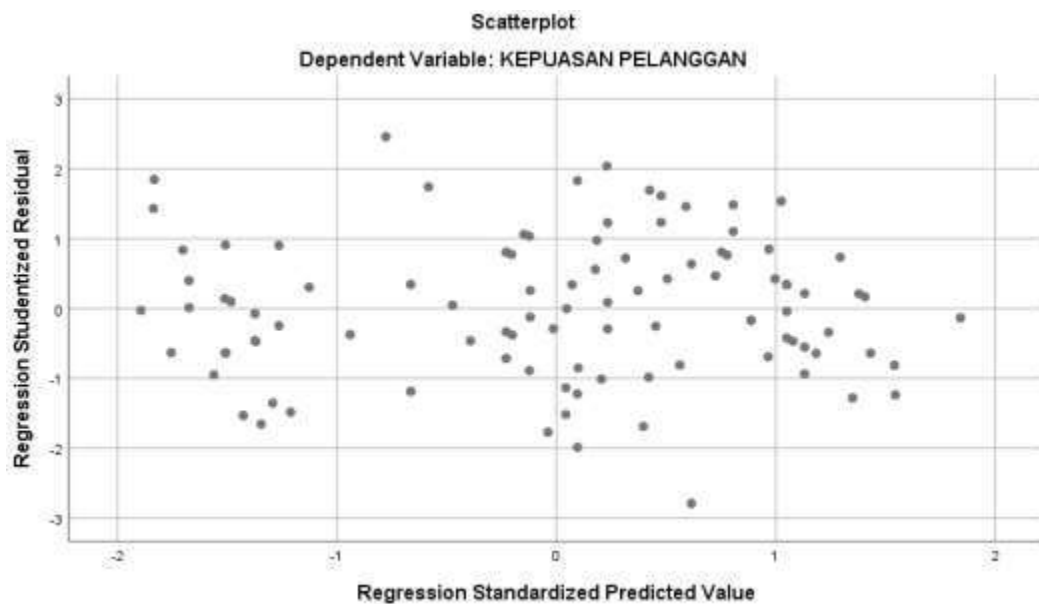
Menurut Ghazali (2018:137-138), Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual suatu

pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Melihat grafik *plot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dengan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*. Dasar analisis sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Gambar 4. 4
Grafik Scatterplot

Berdasarkan gambar 4.4, dapat disimpulkan bahwa data atau titik-titik yang terlihat menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Data atau titik-titik pada gambar juga tersebar dengan baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga, hal ini berarti mengindikasikan tidak terjadinya heteroskedastisitas pada model regresi.

4.2.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018:95), analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara dua variabel atau lebih juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen. Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini dengan bantuan perangkat

lunak SPSS versi 25. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan (dependent variable)

X₁ = Harga (independent variable)

X₂ = Kualitas Pelayanan (independent variable)

α = Konstanta

β₁ = Koefisien untuk variabel harga

β₂ = Koefisien untuk kualitas pelayanan

e = Persentase kesalahan (5%)

Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 10
Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.173	1.119		1.943	.055
	HARGA	.332	.075	.436	4.438	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.448	.099	.445	4.534	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Dari hasil uji analisis linier berganda diperoleh persamaan regresinya

adalah: **Kepuasan Pelanggan = 2,173 + 0,332 Harga + 0,448 Kualitas Pelayanan + e.**

Dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 2,173, jika nilai variabel bebas (X₁) yaitu harga dan variabel (X₂) yaitu Kualitas pelayanan bernilai nol maka tingkat Kepuasan Pelanggan adalah tetap sebesar 2,173.

2. Nilai koefisien untuk variabel Harga sebesar 0,332 menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 0,332. Artinya setiap peningkatan Harga sebesar 1 satuan, maka tingkat Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 33,2%.
3. Nilai koefisien untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,448 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 0,448. Artinya setiap peningkatan Kualitas Pelayanan sebesar 1 satuan, maka tingkat Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 44,8%.

4.2.5. Pengujian Hipotesis

4.2.5.1. Uji t (Uji Secara Parsial)

Menurut Ghazali (2018:98-99), Uji t statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lainnya konstan.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$, Artinya Harga; Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan

$H_0 : \beta_1, \beta_2 \neq 0$, Artinya Harga; Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , dengan nilai $df = n - k$, dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah keseluruhan variabel, maka $99 - 3 = 96$ diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985 pada taraf signifikan (α) = 5%.

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hasil uji t (uji secara parsial) dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.11
Uji t (Uji Secara Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.173	1.119		1.943	.055
HARGA	.332	.075	.436	4.438	.000
KUALITAS PELAYANAN	.448	.099	.445	4.534	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.11, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pada variabel Harga (X_1) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,438 > 1,985$), dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga Harga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan.
2. Pada variabel Kualitas Pelayanan (X_2) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,534 > 1,985$), dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a

diterima. Sehingga Kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan.

4.2.5.2. Uji F (Uji Secara Serempak)

Menurut Ghazali (2018:98), Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji F sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$ Artinya Harga; Kualitas Pelayanan secara simultan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan

$H_0 : \beta_1, \beta_2 \neq 0$ Artinya Harga; Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan

Dalam penelitian ini, nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , dengan nilai $df_1 = k-1, 3-1 = 2$, nilai $df_2 = n-k, 99-3 = 96$ diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,09 pada tingkat signifikan (α) = 5%.

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hasil uji F (Uji Secara Serempak) dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.12
Uji F (Uji Secara Serempak)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1639.674	2	819.837	117.285	.000 ^b
	Residual	671.053	96	6.990		
	Total	2310.727	98			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.12, dapat disimpulkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($117,285 > 3,09$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,005$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara serempak terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan. Dengan kriteria H_a diterima dan H_0 ditolak.

4.2.6. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:97), Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 13
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842 ^a	.710	.704	2.644

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.13, dapat disimpulkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,710. Hal ini menunjukkan bahwa 71% Kepuasan Pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan dipengaruhi oleh Harga dan Kualitas Pelayanan, sedangkan 29% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya seperti lokasi, kualitas kinerja, fasilitas, dan lain-lain.

4.3. Pembahasan

4.3.1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pada variabel Harga, hasil uji t diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,438 > 1,985$) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Louissandro Oktavianus dan Megawati (2022) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Customer Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Springbed Procella di Palembang” yang menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variabel Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

4.3.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pada variabel Kualitas Pelayanan, hasil uji t diperoleh nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($4,534 < 1,985$) dengan tingkat signifikan $0,000 > 0,05$. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Ugeng Budi Haryoko dan Hapid Rabani (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Jaya Abadi Motor Bogor” yang menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

4.3.3. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pada hasil uji F diperoleh nilai F_{hitung} yang lebih besar dari F_{tabel} ($7,828 > 3,09$) dengan tingkat signifikan ($0,001 < 0,005$), yang artinya hipotesis diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara serempak terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, maka penulis membuat beberap kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan ditunjukkan dari hasil analisis linier berganda yang memberikan arti bahwa setiap peningkatan aspek pada variabel Harga dan Kualitas Pelayanan sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat.
2. Harga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan.
3. Kualitas Pelayanan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan.
4. Harga dan Kualitas Pelayanan secara serempak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan.
5. Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh variabel Harga dan Kualitas Pelayanan.

5.2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan oleh penulis, maka penulis

membuat hasil implikasi yang dapat diberikan kepada perusahaan sebagai berikut:

1. PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan harus memperhatikan Harga dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan, dengan:
 - a. Membandingkan harga dengan kompetitor agar harga yang diberikan dapat bersaing dan menarik perhatian konsumen dalam membandingkan harga dari bengkel DKS dengan bengkel lain.
 - b. Mempertahankan pemberian diskon dan promo agar menarik minat berkunjung kembali pelanggan.
2. PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan harus mempertahankan Kualitas Pelayanan dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan, dengan:
 - a. Memberikan pelayanan dengan hasil yang sesuai keinginan pelanggan, dimana hal ini dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang dapat menjadi salah satu alasan untuk pelanggan memilih kembali bengkel DKS.
 - b. Memperhatikan fasilitas yang disediakan ketika memberikan pelayanan kepada pelanggan. Dengan begitu pelanggan akan merasakan pelayanan yang baik dan berkualitas.

5.3. Saran Akademis

Saran-saran yang ingin dikemukakan penulis sebagai berikut:

1. Menambah Variabel Penelitian
 Penambahan variabel lain untuk penelitian selanjutnya mengenai variabel yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan karena masih terdapat 29%

variabel-variabel lain, seperti lokasi, kualitas kinerja, fasilitas dan lain-lain.

2. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena sampel hanya diambil dari satu tempat saja yaitu di PT. Dwi Karya Swadaya Yos Sudarso Medan. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan peneliti mampu memperluas cakupan wilayah, contohnya penelitian di beberapa cabang PT. Dwi Karya Swadaya.

3. Menambah Jumlah Responden

Jumlah sampel pada penelitian ini dapat dikatakan terbatas yaitu hanya berjumlah 99 orang, yang disebabkan oleh keterbatasan waktu penelitian. Agar dapat mewakili keadaan yang sebenarnya, penelitian yang selanjutnya sebaiknya melakukan peningkatan jumlah responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Fenny, F., Januarty, W., Leonardi, N., & Sianturi, R. A. (2023). PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PADA PRODUK KAIN ECOPRINT HASIL IMPLEMENTASI P5 DI PERGURUAN SMA WR SUPRATMAN 1 MEDAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(2), 191-194.
- Gultom, P., Manik, D. E. M., Nainggolan, E., Gea, S. K., & Hoki, F. (2023). WORKSHOP SENI MERANGKAI BUNGA SEBAGAI PELUANG USAHA KREATIF BAGI IBU-IBU JEMAAT GKPI KHUSUS TELADAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(1), 89-93.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.

- Handayani, T. M., & Moktar, B. (2023). Analysis of the Effect of Segmentation and Targeting on Sales. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 10-19.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Moktar, B. (2023). The Influence of Advertising on Social Media, Price and Taste on Sales Volume. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 3(3), 88-93.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.

- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpil Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7 (1), 66-78.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinos Medan Beauty Clinic.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuit Binjai North Sumatra. *Jurnal STIE EKA PRASETYA*

Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen, 8(2), 229-242.

Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikit Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.

Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.

Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.

Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. DWI KARYA YOS SUDARSO MEDAN

Kepada responden yang terhormat,

Berikut adalah beberapa pertanyaan / pernyataan yang perlu diisi. Saya mohon kesediannya untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada lembar kuesioner penelitian ini. Informasi yang Bapak/Ibu berikan adalah sebagai data penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi.

Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu saya ucapkan terima kasih.

I. Identitas Responden

STIE EKA PRASETYA

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki / Perempuan **coret yang tidak perlu*

II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berikanlah tanda ceklis ($\checkmark$) atau tanda silang (X) untuk setiap butir pertanyaan ini sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh Bapak/Ibu pada kolom:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Ragu-Ragu (RR)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

III. Daftar Pernyataan

Harga (X ₁)						
No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
Keterjangkauan Harga						
1	Harga yang ditawarkan PT. Dwi Karya Swadaya sangat terjangkau oleh pelanggan.					
2	PT. Dwi Karya Swadaya selalu memberikan diskon setiap melakukan <i>service</i> motor.					
Kesesuaian Harga dengan Kualitas Pelayanan						
3	Harga yang ditetapkan PT. Dwi Karya Swadaya sangat sesuai dengan keinginan pelanggan.					
4	Harga yang diberikan PT. Dwi Karya Swadaya sangat sesuai dengan kualitas yang didapatkan pelanggan.					
Kesesuaian Harga dengan Manfaat						
5	Harga yang ditawarkan PT. Dwi Karya Swadaya sebanding dengan manfaat yang diterima pelanggan.					
6	Harga yang ditawarkan PT. Dwi Karya Swadaya memberikan banyak manfaat bagi pelanggan.					
Harga Sesuai Kemampuan atau Daya Saing Harga						
7	Perbandingan harga yang ditawarkan PT. Dwi Karya Swadaya tergolong sama.					
8	Pelanggan tetap memilih PT. Dwi Karya Swadaya walaupun harga dari bengkel lain sama.					

Kualitas Pelayanan (X ₂)						
No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
Reliability						
1	PT. Dwi Karya Swadaya sangat dapat diandalkan dalam memberikan pelayanan.					
2	PT. Dwi Karya Swadaya memberikan hasil kerja yang optimal sehingga membuat pelanggan merasa puas terhadap pelayanannya.					

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
Responsiveness						
3	PT. Dwi Karya Swadaya menanggapi keluhan ataupun saran yang diberikan oleh pelanggan.					
4	PT. Dwi Karya Swadaya mempunyai tanggapan yang baik dan selalu memberikan respon dengan cepat kepada pelanggan.					
Tangible						
5	PT. Dwi Karya Swadaya memiliki ruang tunggu yang nyaman dan bersih.					
6	PT. Dwi Karya Swadaya memiliki fasilitas dan peralatan yang memadai.					

Kepuasan Pelanggan (Y)						
No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
Kesesuaian Harapan						
1	PT. Dwi Karya Swadaya memberikan hasil kerja yang sesuai dengan harapan pelanggan.					
2	Pelayanan dan fasilitas penunjang yang diberikan PT. Dwi Karya Swadaya sesuai dengan harapan pelanggan.					
Minat Berkunjung Kembali						
3	Pelanggan PT. Dwi Karya Swadaya berminat untuk berkunjung kembali karena harga yang ditawarkan sesuai dengan hasil kerja.					
4	Pelanggan PT. Dwi Karya Swadaya berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan.					
Kesediaan Merekomendasikan						
5	Pelanggan PT. Dwi Karya Swadaya merekomendasikan bengkel ini karena hasil kerja yang memuaskan.					
6	Pelanggan PT. Dwi Karya Swadaya merekomendasikan bengkel karena harga yang ditawarkan sesuai dengan hasil kerja.					

Lampiran 2 : Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas

No	Harga								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	3	2	5	1	2	3	1	3	20
2	1	4	1	1	5	2	5	1	20
3	1	3	4	4	3	3	3	3	24
4	3	4	4	3	2	3	2	5	26
5	3	3	1	4	1	5	2	4	23
6	5	2	5	2	2	3	5	4	28
7	4	2	1	3	1	1	5	1	18
8	3	1	2	5	1	3	3	1	19
9	1	3	3	5	3	2	1	1	19
10	3	5	5	4	5	3	5	4	34
11	3	4	3	4	4	3	3	3	27
12	3	4	5	4	4	5	4	3	32
13	5	5	3	3	3	4	4	5	32
14	5	3	4	3	5	3	3	4	30
15	5	5	3	5	5	3	5	3	34
16	5	4	4	4	5	5	5	4	36
17	5	3	4	4	3	5	3	5	32
18	3	3	5	4	5	3	5	5	33
19	4	4	3	5	5	5	5	3	34
20	3	3	3	3	5	3	5	5	30
21	3	5	5	5	3	3	3	5	32
22	5	4	4	5	5	4	3	5	35
23	5	3	3	5	4	3	3	3	29
24	4	4	5	4	5	4	5	5	36
25	4	4	4	5	4	4	4	4	33
26	2	5	2	4	3	3	3	5	27
27	3	3	5	5	4	2	4	5	31
28	4	2	3	4	2	3	3	5	26
29	2	5	2	5	5	3	2	2	26
30	3	5	4	5	5	3	3	2	30

No	Kualitas Pelayanan						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	3	3	4	4	4	2	20
2	2	3	3	2	3	2	15
3	2	3	2	2	2	3	14
4	2	3	3	2	3	2	15
5	2	3	2	2	2	2	13
6	4	3	2	5	4	2	20
7	1	2	3	4	3	2	15
8	2	3	2	2	2	2	13
9	3	2	2	1	2	2	12
10	4	2	2	3	2	2	15
11	1	2	3	2	3	2	13
12	5	3	2	4	2	2	18
13	2	2	2	3	2	3	14
14	5	3	3	3	5	3	22
15	4	4	3	4	5	3	23
16	3	4	4	4	4	4	23
17	3	3	4	3	3	4	20
18	3	3	4	3	4	3	20
19	4	3	3	3	3	3	19
20	3	4	3	4	3	4	21
21	2	3	2	4	3	2	16
22	4	3	4	3	4	4	22
23	4	4	4	4	4	4	24
24	3	3	4	3	3	3	19
25	3	4	3	3	3	2	18
26	3	4	3	3	4	3	20
27	4	4	3	4	3	3	21
28	2	3	2	2	2	4	15
29	2	3	2	3	2	2	14
30	2	3	2	4	2	4	17

No	Kepuasan Pelanggan						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	1	3	2	1	1	3	11
2	2	4	5	4	3	2	20
3	5	3	5	3	5	4	25
4	2	4	2	4	4	2	18
5	3	4	2	1	2	1	13
6	1	1	3	3	1	2	11
7	4	3	3	5	2	3	20
8	4	3	4	5	3	4	23
9	3	3	2	4	3	3	18
10	1	4	3	2	3	1	14
11	1	1	3	3	2	3	13
12	4	5	3	2	3	5	22
13	5	3	5	5	5	5	28
14	3	2	3	2	4	3	17
15	1	2	3	4	1	2	13
16	3	1	1	3	1	2	11
17	4	5	2	2	4	5	22
18	3	3	4	5	3	3	21
19	3	4	4	3	4	2	20
20	3	2	2	3	1	3	14
21	2	1	3	3	2	2	13
22	4	2	3	5	4	2	20
23	3	4	5	4	4	4	24
24	4	4	3	4	4	4	23
25	1	2	1	1	1	3	9
26	2	3	1	1	3	1	11
27	2	5	2	5	4	4	22
28	4	4	3	3	4	3	21
29	4	4	2	2	3	2	17
30	2	3	1	3	3	1	13

Lampiran 3 : Hasil Analisis Data Uji Validitas Harga (X₁)

Correlations										
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Total
P1	Pearson Correlation	1	-.059	.226	.069	.074	.394*	.323	.397*	.553**
	Sig. (2-tailed)		.756	.229	.716	.697	.031	.082	.030	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	-.059	1	.085	.277	.584**	.218	.134	.196	.539**
	Sig. (2-tailed)	.756		.654	.139	.001	.247	.480	.300	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.226	.085	1	.047	.279	.205	.097	.499**	.575**
	Sig. (2-tailed)	.229	.654		.805	.136	.278	.610	.005	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.069	.277	.047	1	.221	.202	-.093	.026	.372*
	Sig. (2-tailed)	.716	.139	.805		.240	.285	.624	.892	.043
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.074	.584**	.279	.221	1	.157	.418*	.116	.660**
	Sig. (2-tailed)	.697	.001	.136	.240		.408	.022	.543	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.394*	.218	.205	.202	.157	1	.053	.388*	.560**
	Sig. (2-tailed)	.031	.247	.278	.285	.408		.781	.034	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.323	.134	.097	-.093	.418*	.053	1	.133	.486**
	Sig. (2-tailed)	.082	.480	.610	.624	.022	.781		.482	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.397*	.196	.499**	.026	.116	.388*	.133	1	.643**
	Sig. (2-tailed)	.030	.300	.005	.892	.543	.034	.482		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.553**	.539**	.575**	.372*	.660**	.560**	.486**	.643**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.001	.043	.000	.001	.006	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										

Lampiran 4 : Hasil Analisis Data Uji Reliabilitas Harga (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.671	8

Lampiran 5 : Hasil Analisis Data Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X₂)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
P1	Pearson Correlation	1	.366*	.226	.398*	.458*	.211	.688**
	Sig. (2-tailed)		.047	.231	.030	.011	.264	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.366*	1	.363*	.397*	.461*	.427*	.694**
	Sig. (2-tailed)	.047		.048	.030	.010	.019	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.226	.363*	1	.212	.665**	.418*	.682**
	Sig. (2-tailed)	.231	.048		.260	.000	.022	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.398*	.397*	.212	1	.439*	.215	.663**
	Sig. (2-tailed)	.030	.030	.260		.015	.254	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.458*	.461*	.665**	.439*	1	.238	.800**
	Sig. (2-tailed)	.011	.010	.000	.015		.205	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.211	.427*	.418*	.215	.238	1	.582**
	Sig. (2-tailed)	.264	.019	.022	.254	.205		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.688**	.694**	.682**	.663**	.800**	.582**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 6 : Hasil Analisis Data Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.766	6

Lampiran 7 : Hasil Analisis Data Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
P1	Pearson Correlation	1	.332	.368*	.316	.612**	.533**	.767**
	Sig. (2-tailed)		.073	.045	.088	.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.332	1	.127	-.007	.559**	.300	.553**
	Sig. (2-tailed)	.073		.504	.970	.001	.107	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.368*	.127	1	.496**	.472**	.386*	.692**
	Sig. (2-tailed)	.045	.504		.005	.008	.035	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.316	-.007	.496**	1	.327	.287	.600**
	Sig. (2-tailed)	.088	.970	.005		.077	.124	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.612**	.559**	.472**	.327	1	.384*	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.008	.077		.036	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.533**	.300	.386*	.287	.384*	1	.695**
	Sig. (2-tailed)	.002	.107	.035	.124	.036		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.767**	.553**	.692**	.600**	.814**	.695**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 8 : Hasil Analisis Data Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.775	6

Lampiran 9 : Tabulasi Data Responden

No	Harga (X ₁)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	1	2	2	2	3	1	2	1	14
2	2	4	3	3	4	3	4	4	27
3	3	3	4	3	3	5	5	3	29
4	3	2	5	2	4	3	3	2	24
5	3	3	1	1	3	1	2	2	16
6	2	2	2	3	4	2	3	2	20
7	5	3	4	4	3	5	4	5	33
8	3	2	4	3	3	3	5	2	25
9	2	3	1	3	1	1	3	3	17
10	4	4	4	4	2	2	3	3	26
11	4	4	4	5	3	3	5	5	33
12	4	2	5	4	4	3	3	4	29
13	1	2	1	3	2	3	1	3	16
14	2	3	4	4	2	4	4	4	27
15	5	4	3	3	3	5	4	4	31
16	3	5	5	4	3	3	5	2	30
17	3	2	1	2	3	2	1	3	17
18	2	4	4	4	4	4	2	3	27
19	5	5	4	5	4	4	3	5	35
20	5	2	3	3	2	5	4	4	28
21	1	2	2	1	3	2	2	1	14
22	4	4	4	4	4	4	3	4	31
23	3	3	5	4	4	3	4	4	30
24	4	4	2	3	5	5	2	5	30
25	2	3	2	2	2	3	2	3	19
26	4	2	4	3	3	3	3	2	24
27	3	3	5	3	4	3	4	5	30
28	3	4	5	4	3	3	3	3	28
29	1	2	3	1	3	3	1	2	16
30	3	3	2	4	2	3	4	2	23
31	5	5	3	3	3	4	4	5	32
32	4	3	3	2	3	2	4	5	26
33	2	3	2	1	1	2	3	1	15
34	3	4	2	3	4	4	4	2	26
35	3	4	5	4	5	3	3	3	30
36	3	2	3	2	5	3	3	5	26
37	3	2	2	2	1	3	1	1	15

38	4	2	2	3	4	4	4	4	27
39	3	4	5	5	4	4	3	4	32
40	3	2	3	5	4	4	2	4	27
41	1	2	1	2	1	1	1	1	10
42	2	2	3	3	3	2	2	4	21
43	5	3	4	5	5	3	4	3	32
44	5	2	5	4	3	2	2	5	28
45	1	1	1	3	2	1	2	3	14
46	4	2	2	2	2	4	4	3	23
47	5	5	4	5	4	3	5	3	34
48	3	3	5	5	2	2	3	5	28
49	1	3	2	1	3	2	2	2	16
50	3	3	3	2	4	2	2	4	23
51	4	5	5	4	3	3	4	4	32
52	5	5	3	4	5	4	4	5	35
53	3	3	3	1	3	3	2	3	21
54	3	3	2	2	2	4	3	2	21
55	5	5	3	4	5	3	4	4	33
56	4	4	4	2	2	4	5	3	28
57	2	3	3	2	1	1	2	3	17
58	3	4	3	3	3	3	4	3	26
59	5	5	5	5	4	3	5	3	35
60	4	4	2	3	3	2	4	5	27
61	2	1	2	2	2	3	3	3	18
62	4	3	3	2	4	3	2	2	23
63	4	5	3	3	4	5	3	5	32
64	2	4	3	5	3	2	5	4	28
65	3	3	1	3	2	1	3	3	19
66	4	2	4	2	3	4	4	2	25
67	3	4	3	3	5	3	3	3	27
68	5	5	2	5	5	4	5	2	33
69	2	3	1	1	2	2	3	2	16
70	3	3	2	3	4	3	2	3	23
71	3	5	3	4	3	3	3	5	29
72	5	5	5	4	2	2	2	4	29
73	3	3	2	2	3	2	1	1	17
74	2	3	4	2	2	2	3	2	20
75	3	4	5	4	5	3	4	3	31
76	2	4	2	3	4	5	2	3	25
77	3	3	3	2	2	2	1	2	18
78	2	4	2	2	2	3	2	2	19

79	4	3	5	3	4	4	5	5	33
80	4	3	2	2	2	2	3	2	20
81	1	2	1	3	1	1	3	1	13
82	4	2	2	3	3	2	4	3	23
83	4	3	4	4	3	4	3	4	29
84	2	4	3	3	4	2	4	5	27
85	1	1	3	1	3	3	3	2	17
86	4	4	3	2	3	2	2	4	24
87	4	5	4	4	3	4	3	3	30
88	3	3	4	3	4	2	4	3	26
89	3	1	1	2	2	2	2	1	14
90	4	4	3	2	4	2	3	3	25
91	5	4	3	5	5	4	4	5	35
92	5	4	5	2	3	3	3	2	27
93	3	2	3	2	2	1	3	1	17
94	4	2	4	3	2	3	2	3	23
95	5	5	5	5	3	4	4	3	34
96	3	4	2	5	2	4	3	4	27
97	2	2	1	2	2	1	1	1	12
98	3	2	4	2	2	3	3	3	22
99	4	3	4	3	3	5	4	5	31

No	Kualitas Pelayanan (X ₂)						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	2	1	2	1	3	1	10
2	4	3	2	3	4	2	18
3	5	3	4	3	5	5	25
4	2	2	3	5	5	3	20
5	1	1	1	2	2	1	8
6	2	4	3	2	4	3	18
7	5	4	4	4	3	3	23
8	5	3	3	3	5	5	24
9	1	3	1	3	1	3	12
10	2	4	2	2	2	4	16
11	5	5	3	5	3	3	24
12	4	5	3	2	3	3	20
13	1	2	3	1	2	1	10
14	3	2	4	2	3	2	16
15	5	5	3	4	4	3	24
16	5	2	5	2	4	5	23
17	2	3	1	2	2	1	11
18	3	2	2	3	4	3	17
19	3	3	5	3	5	3	22
20	3	4	2	2	2	5	18
21	1	2	3	2	3	2	13
22	2	2	3	4	3	4	18
23	5	5	5	5	5	4	29
24	2	2	5	3	2	3	17
25	2	2	3	1	3	1	12
26	2	3	4	2	4	3	18
27	3	5	3	3	5	4	23
28	4	3	5	2	5	2	21
29	2	2	3	3	3	2	15
30	4	2	4	3	2	3	18
31	3	4	5	5	5	4	26
32	4	3	4	3	3	5	22
33	3	1	3	1	1	1	10
34	4	3	4	4	3	2	20
35	3	4	5	3	3	4	22
36	4	5	4	2	3	5	23
37	3	2	3	2	2	1	13
38	4	4	2	3	3	2	18
39	5	4	3	4	3	4	23

40	2	4	3	3	3	4	19
41	1	2	3	3	2	2	13
42	4	3	2	4	3	2	18
43	3	5	3	5	3	4	23
44	5	5	3	2	3	4	22
45	3	3	1	2	3	1	13
46	3	4	4	3	3	4	21
47	5	5	5	4	3	4	26
48	4	4	5	5	2	3	23
49	2	3	2	2	1	3	13
50	3	4	3	3	3	3	19
51	4	3	4	4	5	3	23
52	5	3	2	3	5	2	20
53	3	1	3	1	3	2	13
54	4	3	4	4	4	3	22
55	3	5	4	4	4	5	25
56	5	3	5	2	5	2	22
57	3	2	2	3	1	2	13
58	4	3	4	4	3	2	20
59	4	5	4	3	3	4	23
60	3	2	3	4	2	2	16
61	3	2	3	2	1	1	12
62	4	2	2	2	4	4	18
63	3	4	5	3	4	4	23
64	5	2	3	3	2	5	20
65	3	3	3	2	3	3	17
66	4	2	3	3	4	3	19
67	3	4	3	5	5	4	24
68	3	3	4	5	5	3	23
69	3	1	1	1	3	1	10
70	2	2	4	3	4	3	18
71	3	5	5	4	3	3	23
72	4	3	2	3	5	3	20
73	1	1	3	3	2	2	12
74	3	2	2	4	2	4	17
75	5	4	5	5	4	4	27
76	4	3	5	5	3	2	22
77	1	3	1	1	3	1	10
78	3	2	2	3	3	4	17
79	5	3	4	5	3	3	23
80	4	4	4	5	2	5	24

81	2	3	2	3	2	3	15
82	2	2	3	2	2	2	13
83	3	3	5	4	4	4	23
84	3	5	3	2	5	2	20
85	1	3	2	3	2	2	13
86	4	2	4	3	4	2	19
87	5	4	3	5	3	4	24
88	2	2	5	4	2	5	20
89	3	3	2	2	2	1	13
90	4	3	4	4	2	2	19
91	5	4	5	5	4	5	28
92	2	4	3	3	4	5	21
93	1	3	1	1	2	1	9
94	4	3	3	3	4	2	19
95	5	5	3	4	5	3	25
96	4	2	4	3	2	3	18
97	3	2	2	3	3	1	14
98	3	3	4	3	4	2	19
99	4	3	3	5	4	4	23

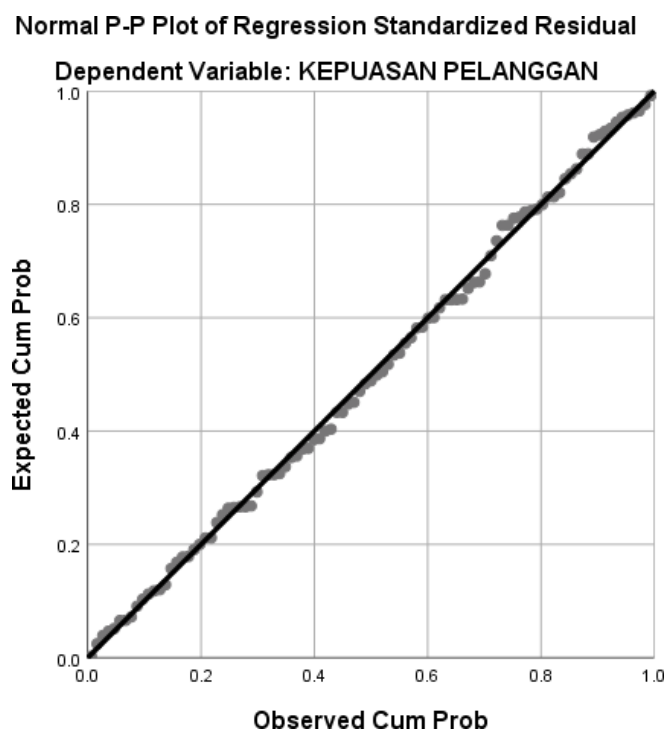
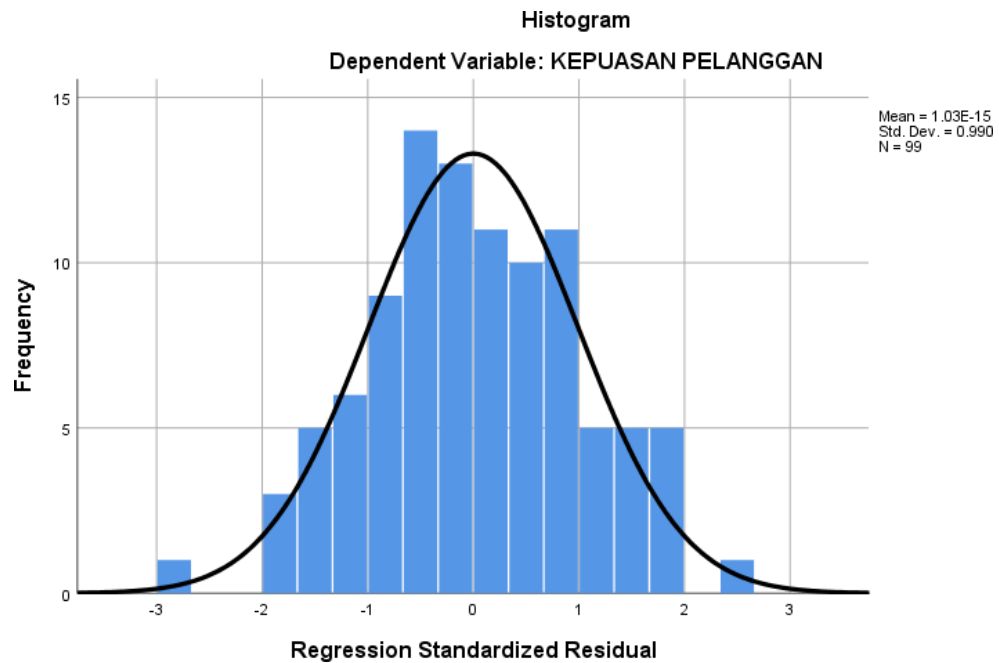
No	Kepuasan Pelanggan (Y)						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	3	1	2	3	3	3	15
2	2	2	4	2	2	2	14
3	5	5	5	4	5	3	27
4	2	5	4	2	5	2	20
5	1	1	3	1	2	3	11
6	3	2	2	4	4	2	17
7	5	3	3	5	3	3	22
8	5	5	2	3	5	5	25
9	1	2	3	1	3	3	13
10	4	3	4	3	2	4	20
11	4	4	3	3	4	5	23
12	4	3	2	5	5	5	24
13	1	3	2	3	3	1	13
14	3	2	4	3	2	2	16
15	3	3	4	5	4	3	22
16	4	2	5	2	5	4	22
17	3	2	2	2	2	2	13
18	4	3	2	2	3	4	18
19	3	3	4	3	4	5	22
20	2	5	2	4	5	3	21
21	3	2	1	1	1	3	11
22	3	2	4	2	4	3	18
23	3	3	3	4	5	4	22
24	5	5	3	4	3	5	25
25	1	3	1	1	3	1	10
26	4	3	3	3	4	4	21
27	4	3	3	4	3	5	22
28	5	2	2	4	4	5	22
29	2	3	2	2	3	3	15
30	4	4	3	2	4	3	20
31	5	5	4	3	4	4	25
32	2	4	4	2	5	3	20
33	2	1	1	1	2	3	10
34	3	2	4	4	3	4	20
35	3	4	4	4	4	5	24
36	2	5	3	2	5	2	19
37	2	1	1	1	2	2	9
38	2	2	3	3	2	4	16
39	3	5	4	4	5	3	24

40	4	3	2	3	2	3	17
41	3	3	3	2	2	3	16
42	2	2	4	2	2	4	16
43	3	4	5	4	5	3	24
44	2	5	4	2	5	5	23
45	1	3	2	3	3	3	15
46	3	3	3	2	3	3	17
47	4	3	4	3	5	4	23
48	5	5	3	5	3	2	23
49	3	1	1	1	2	1	9
50	3	4	4	4	2	2	19
51	4	3	4	5	3	4	23
52	5	2	5	4	3	2	21
53	3	3	1	3	1	3	14
54	2	2	4	4	3	4	19
55	4	3	3	4	3	4	21
56	2	2	3	2	3	2	14
57	3	3	3	3	1	3	16
58	3	4	3	3	2	4	19
59	5	5	4	5	3	4	26
60	3	3	5	2	3	5	21
61	3	1	1	3	1	1	10
62	3	4	2	3	2	2	16
63	3	4	4	3	5	3	22
64	3	3	2	2	2	4	16
65	2	3	1	3	1	3	13
66	3	2	3	3	2	3	16
67	3	5	4	3	4	5	24
68	3	4	3	4	3	4	21
69	1	2	3	3	2	1	12
70	2	4	3	2	3	3	17
71	5	4	4	4	4	5	26
72	5	4	3	5	4	4	25
73	3	3	2	1	2	1	12
74	4	4	3	3	4	3	21
75	3	5	4	4	5	4	25
76	4	5	2	2	4	4	21
77	2	3	2	1	2	3	13
78	4	4	2	3	2	2	17
79	5	3	4	3	4	5	24
80	4	5	2	2	5	4	22

81	1	1	2	2	3	3	12
82	4	2	4	4	4	4	22
83	3	5	5	4	5	3	25
84	3	4	4	3	5	3	22
85	2	1	2	2	3	3	13
86	2	2	2	3	2	3	14
87	5	4	5	4	3	3	24
88	2	5	5	5	4	2	23
89	2	2	1	2	1	3	11
90	2	2	3	4	2	2	15
91	4	5	5	5	4	3	26
92	5	3	5	5	5	2	25
93	3	2	3	1	3	2	14
94	4	3	3	3	3	2	18
95	4	4	4	3	3	5	23
96	4	3	5	5	5	2	24
97	1	1	3	1	2	2	10
98	4	2	4	2	3	2	17
99	4	4	5	3	5	4	25

Lampiran 10 : Hasil Output SPSS 25

- Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.61676939
Most Extreme Differences	Absolute	.038
	Positive	.033
	Negative	-.038
Test Statistic		.038
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

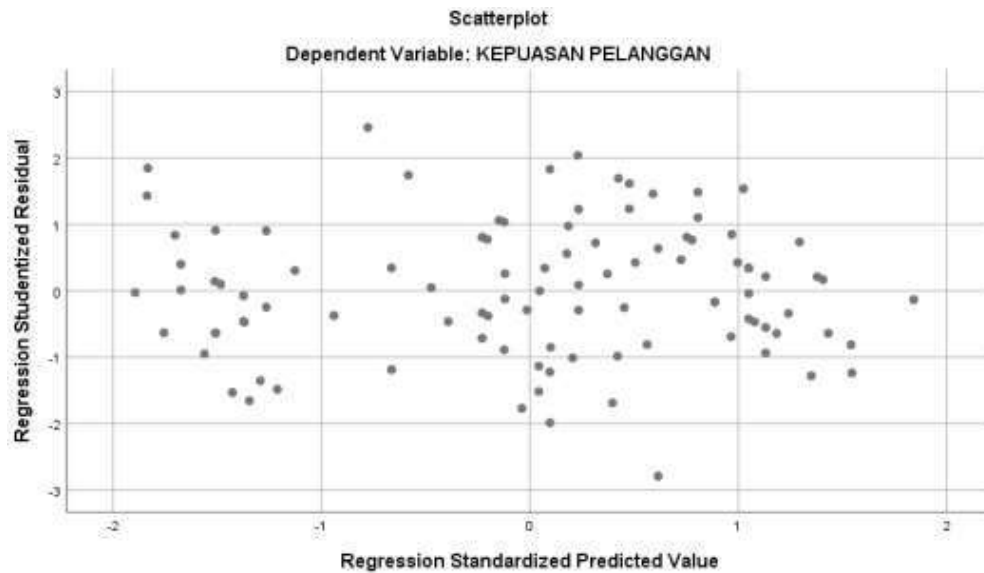
• Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	HARGA	.314	3.188
	KUALITAS PELAYANAN	.314	3.188

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

- Uji Heteroskedastisitas



- Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t dan Uji F

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.173	1.119		1.943	.055
	HARGA	.332	.075	.436	4.438	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.448	.099	.445	4.534	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1639.674	2	819.837	117.285	.000 ^b
	Residual	671.053	96	6.990		
	Total	2310.727	98			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA

- Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842 ^a	.710	.704	2.644

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212
Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391
Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 12 Oktober 2022

Nomor : 5782/R/STIE-EP/X/2022

Lamp. : ---

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan PT. Dwi Karya Swadaya
Di-

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Lyly Marchely
NIM	: 191010064
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Dwi Karya Jl. Yos Sudarso

Untuk mengadakan peninjauan ke PT. Dwi Karya Swadaya yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. S. Ruzza, S.E., M.Si



PT. DWI KARYA SWADAYA

BENGKEL RESMI & SPARE PARTS ASLI HONDA

SURAT BALASAN OBSERVASI

Medan, 03 Februari 2023

Hal : Konfirmasi Observasi

Kepada Yth
Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
Ketua STIE Eka Prasetya
Di Medan

Dengan Hormat,
Dengan diterimanya surat permohonan observasi, kami menerima dan memberikan izin melakukan observasi di PT. Dwi Karya Swadaya kepada mahasiswa yang bertanda dibawah ini.

Nama : Lyly Marchely
Nim : 191010064
Program Studi : Manajemen (S1)

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut kami terima melaksanakan observasi di perusahaan kami.

Demikian surat ini kami perbuat dan atas kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,
PT. Dwi Karya Swadaya



Rudi Chandra
Kepala Cabang



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Lyly Marchely
NIM : 191010064
PROGRAM STUDI : Manajemen

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	Kamis, 10 Februari 2022	Fenny JUDUL PROPOSAL: Analisis Komunikasi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan PT. Adam Dini Lestari	181010031	
2	Kamis, 10 Februari 2022	Hendy JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Smile Cellular Medan	181010201	
3	Kamis, 10 Februari 2022	Cynthia JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Ahim Kus	181010003	
4	Senin, 14 Februari 2022	Valencia JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli Produk Pada Toko Perabot Makmur Jaya	181010093	
5	Senin, 14 Februari 2022	Arvin Willie JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen PT. National Super Medan	181010014	
6	Senin, 14 Februari 2022	Muhammad Aldi JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Saluran Distribusi dan Persediaan Barang Terhadap Keputusan Belanjaan Pada PT. Industri Invision Sagita Jl. Ahmad Yani No. 103 AB Medan	181010140	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, 20.
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1



Nama Mahasiswa : Lyly Morchely

NIM : 191010064

Kelas : Kewirausahaan A

Konsentrasi : Kewirausahaan, ~~Pemasaran~~ (core yang tidak sesuai)

HP/WA : 0895 6132 17064

Email: lylymorchely8@gmail.com

Alamat Tinggal: Jl. Pembangunan No. 73 A

Nama Dosen Pembimbing 1:
Dedy Lazuardi, S.E., M.M.

Nama Dosen Pembimbing 2:
Bambang Sutejo, S.E., M.M.

No	Tanggal	Urutan Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	11 Okt 2022	Acc judul	
2	08 Des 2022	Bimbingan Bab I	
3	22 Des 2022	Revisi Bab I	
4	28 Jan 2023	Bimbingan online mengenai Bab I, II, III	
5	31 Jan 2023	Data diperbaiki	
6	31 Jan 2023	Acc sempro	
7	04/02 2023	Acc cempu	
8	11/02 2023	lanjut ke bab IV dan bab V	
9			
10	19/04 2023	Ubah data → di teruskan data srs tel sesuai	
11			
12	01/04 2023	- Acc 4 skripsi (maka hijau).	
13		- lengkapi data terlebih dahulu.	
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Urutan Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	7-3-23	Acc Revisi Sempro	
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Henny Dorthy Elyany Sinaga, S.T., M.M



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

2



Nama Mahasiswa : Lyly Marchely

NIM : 191010064

Kelas : Ig 4

Konsentrasi : Kewirausahaan, Pemasaran (2019 yang tidak sesuai)

HP/WA : 0895613217064

Email: lylymarchely8@gmail.com

Alamat Tinggal: Jl. Perintis Kemerdekaan No. 73A

Nama Dosen Pembimbing 1:

Dedy Latuonua, S.P., M.M.

Nama Dosen Pembimbing 2:

Bambang Sutopo, S.E., M.M.

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	07 Desember 2022	Revisi Bab I (Data pendahuluan, rumusan masalah dan tujuan)	
2	21 Desember 2022	Revisi Bab I (Fenomena masalah, tantang dan jumlah perusahaan)	
3	18 Januari 2023	Acc Bab I	
4	27 Januari 2023	Revisi Bab II	
5	28 Januari 2023	Revisi Bab III	
6	30 Januari 2023	Acc Bab 7, 8, 9, 10	
7	31 Maret 2023	Revisi Bab 10	
8	14 April 2023	Acc	
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	1-3-2023	Diketahui revisi Data kompetitor & variabel variabel	
2		X ₁	
3	17-3-2023	Acc revisi	
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hammy Dorothy Elyany Sinaga, S.T., M.M.

2 kartu untuk 2 pembimbing

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama	: Lyly Marchely
Tempat / Tanggal Lahir	: Batang Kuis, 16 Maret 2001
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Jl. Pembangunan No.73 A Batang Kuis
Alamat Email	: lylymarchely8@gmail.com
Agama	: Buddha
Handphone (Hp)	: 0895613217064

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2007 s/d Tahun 2013	: SD Negeri Tugu 10 Depok
2. Tahun 2013 s/d Tahun 2016	: SMP Swasta Husni Thamrin Medan
3. Tahun 2016 s/d Tahun 2019	: SMA Swasta Husni Thamrin Medan
4. Tahun 2019 s/d Sekarang	: STIE Eka Prasetya

RIWAYAT PEKERJAAN

Februari 2020 s/d September 2021	: Staff Admin di PT. Sukses Mentari Timur
Mei 2022 s/d sekarang	: Staff Admin di PT. Alfa Mitra InterNusa

DATA ORANG TUA

Nama Ayah	: Ahuk Ciang
Pekerjaan	: Karyawan Swasta
Handphone	: 081384999466
Alamat	: Jl. Pembangunan No.73 A Batang Kuis

Nama Ibu	: Misgiatik
Pekerjaan	: Ibu Rumah Tangga
Handphone	: -
Alamat	: Jl. Pembangunan No.73 A Batang Kuis

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 13 Juni 2023
Penulis,

Lyly Marchely