

---

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CUCI MOTOR AG DI LUBUK ALUNG****Oleh****Agus Nurofik****Administrasi Bisnis, STIA Adabiah Padang****Email: [agsnin@gmail.com](mailto:agsnin@gmail.com)**

---

**Article History:***Received: 05-12-2022**Revised: 17-12-2022**Accepted: 23-01-2023***Keywords:***Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen*

**Abstract:** Dengan ini Penelitian bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Cuci Motor AG di Lubuk Alung. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian eksplanatori. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu konsumen yang menggunakan jasa cuci motor AG. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Uji hipotesis menggunakan uji t dan uji f.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di cuci motor AG. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di cuci motor AG. Berdasarkan uji f kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di cuci motor AG. R square sebesar 52,8% yang artinya kualitas pelayanan dan harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada cuci motor AG sebesar 52,7%. Sisanya sebesar 47,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

---

**PENDAHULUAN**

Dalam kemajuan Indonesia sebagai negara berkembang saat ini dipenuhi oleh masyarakat yang memiliki kesibukan dengan banyaknya kegiatan yang membuat sulitnya membagi waktu antara pekerjaan baik di rumah maupun di luar rumah. Kegiatan tersebut mempengaruhi adanya perubahan terhadap gaya hidup masyarakat khususnya yang membutuhkan segala hal yang dapat dilakukan dengan cepat dan praktis. Salah satu kebutuhan yang membutuhkan kemudahan dan kepraktisan adalah kegiatan mencuci motor. Guna memenuhi dan menjawab kebutuhan gaya hidup masyarakat, saat ini sudah banyak dan semakin berkembang perusahaan jasa yang bergerak pada bidang pencucian motor atau yang sering disebut cuci steam motor.

Perusahaan jasa yang bergerak pada bidang pencucian motor sudah banyak ditemui saat ini. Hal ini tentu akan menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha dibidang

pencucian motor agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Kepuasan konsumen merupakan hal terpenting yang digunakan untuk menarik konsumen di masa sekarang ini. Semua usaha yang berkaitan dengan pelanggan harus berkomitmen selalu meningkatkan pelayanan untuk kenyamanan dan kemudahan para pelanggan.

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014), kepuasan pelanggan merupakan suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan suatu produk, dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi. Kemudian menurut Kapoor dan Solomon (2011), menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan keseluruhan konsumen mengenai produk atau jasa yang telah dibeli oleh konsumen. Selanjutnya menurut Setiawan (2015), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka.

Dengan uraian diatas dapat dipahami bahwa kepuasan konsumen merupakan sebuah keinginan yang harus terpenuhi sesuai dengan kebutuhan, baik itu kebutuhan yang berhubungan dengan produk maupun jasa. Menurut Tjiptono (2014) indikator pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari: 1) Kesesuaian Harapan, 2) Minat Berkunjung Kembali, dan 3) Kesiediaan Merekomendasi. Pada penelitian ini terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen akan menentukan persepsinya terhadap kinerja, yang kemudian akan berdampak pada kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan konsumen.

Menurut Lupiyoadi (2014), kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak. Selanjutnya menurut Lubis dan Andayani, (2017) kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun.

Berdasarkan uraian diatas dapat dipahami bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu faktor penentu dalam mengukur apakah produk atau jasa yang ditawarkan baik atau tidaknya sehingga membuat konsumen merasa apa yang dibutuhkan sudah sesuai dengan keinginan dan mereka merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Menurut Bharwana et al (2013) terdapat lima indikator dari kualitas pelayanan: 1) Tangible (berwujud), adapun indikator dari dimensi tangible adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan perlengkapan serta penampilan pegawai; 2) Reliability (keandalan), adapun indikator dari dimensi reliability adalah memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, dapat diandalkan dalam menangani pelanggan, memberikan pelayanan dengan akurat dan tepat sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan; 3) Responsiveness (daya tanggap), adapun indikator dari dimensi responsiveness adalah kesiapan dalam menyediakan apa yang dibutuhkan pelanggan, dan memberikan layanan dengan cepat dan tepat; 4) Assurance (kepastian), adapun indikator dari dimensi assurance adalah karyawan memiliki pengetahuan yang luas, karyawan

---

memiliki sikap sopan yang konsisten terhadap pelanggan, dapat menjaga kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan, dapat meyakinkan pelanggan dengan kerja yang profesional, dan 5) Empathy (empati), adapun indikator dari dimensi empathy adalah memberikan perhatian individu kepada setiap pelanggan, menyediakan apa yang dibutuhkan pelanggan, perusahaan memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan.

Sehingga dapat dipahami kepuasan konsumen akan tercipta apabila kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan baik dan sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen namun jika kualitas yang diberikan rendah maka akan mengakibatkan rasa ketidakpuasan dari konsumen. Maka dari itu perusahaan harus mengutamakan kepuasan pelanggan dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik. Selain kualitas pelayanan, faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Karena harga merupakan representasi dari nilai yang ditetapkan untuk menukar suatu barang atau jasa yang diukur dengan nilai mata uang. Menurut Kotler dan Armstrong (2015), harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa.

Kemudian menurut Alma (2014), harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Selanjutnya menurut Ramli (2013), mengemukakan bahwa harga disebutkan sebagai nilai relatif dari produk dan bukan indikator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk. Menurut Swastha (2013) indikator harga diketahui sebagai berikut: 1) Tingkat harga, 2) Potongan harga, 3) Waktu pembayaran, dan 4) Syarat pembayaran.

Berdasarkan dari uraian diatas dapat dipahami bahwa harga merupakan salah satu tolak ukur bagi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli produk atau jasa. Konsumen merupakan makhluk individu dengan karakteristik yang sangat berbeda-beda, penilaian yang dirasakan setiap konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang mereka tidak sama. Persepsi konsumen terhadap suatu harga dapat mempengaruhi keputusan dalam membeli suatu produk atau jasa sehingga penjual harus mampu memberikan persepsi yang baik terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Salah satu perusahaan jasa pada bidang pencucian motor atau yang sering disebut cuci steam adalah cuci motor AG yang berada di kawasan jalan Dr. M. Jamil kecamatan Lubuk Alung – Padang Pariaman. Daerah Lubuk Alung dihuni masyarakat yang memiliki kegiatan cukup padat, sehingga membuat tingginya kebutuhan mencuci motor dan permintaan akan jasa steam motor meningkat, sehingga usaha steam motor semakin tumbuh dan berkembang dengan pesat. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti penting untuk meneliti ini.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan desain tipe penelitian penjelasan (explanatory research) yaitu penelitian yang bertujuan menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji

hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012). Variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu variabel kepuasan konsumen (Y), kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Regresi Linier Berganda

$$Y = 5,52 + 0,16x_1 + 0,59x_2 + 2,2$$

1. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 5,52 menyatakan bahwa jika variabel independen nilainya adalah 0, maka kepuasan konsumen nilainya adalah sebesar 5,52
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan ( $x_1$ ) sebesar 0,16 Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan dan apabila kualitas pelayanan ditingkatkan sebesar 1 satuan maka akan memberi kontribusi terhadap peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,16
3. Nilai koefisien regresi variabel harga ( $x_2$ ) sebesar 0,59 Dapat disimpulkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh signifikan dan apabila harga ditingkatkan 1 satuan, maka akan memberi kontribusi terhadap peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,59

### Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hasil nilai  $R^2$  adalah 0,52%. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan persentase 52,9%, selebihnya yaitu 47,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Hasil Uji Hipotesis

#### Hasil Uji t

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada cuci motor AG Lubuk Alung.

Hasil penelitian variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Nilai t hitung 3,83 dengan signifikansi 0,000. Sedangkan nilai t tabel untuk degree of freedom ( $df$ ) =  $100 - 2 - 1 = 97$  pada level of significance ( $\alpha/2$ ) 0,02 adalah 1,984 sehingga t hitung = 3,839 lebih besar dari nilai t tabel = 1,98 dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka keputusannya adalah  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada cuci motor AG Lubuk Alung.

Hasil variabel harga ( $X_2$ ) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen.

Nilai t hitung 4,64 dengan sig. 0,00. Sedangkan nilai t tabel untuk degree of freedom ( $df$ ) =  $100 - 2 - 1 = 97$  pada level of significance ( $\alpha/2$ ) 0,025 adalah 1,98 sehingga t hitung = 4,64 lebih besar dari nilai t tabel = 1,984 dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka keputusannya adalah  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### Hasil uji f

Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa nilai F hitung 54,474 > F tabel (3,08): artinya, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen,

Nilai sig 0,000 < 0,05, maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya, kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap cuci motor di Lubuk Alung.

### **Pembahasan**

#### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pengujian hipotesis pertama menyatakan bahwa kualitas pelayanan ( $X_1$ ) pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Hal ini terbukti dari nilai  $t$  hitung lebih besar dibandingkan  $t$  table, dimana nilai  $t$  hitung variabel kualitas pelayanan ( $x_1$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $y$ ) adalah 3,83. Sementara untuk  $t$  table Sig  $\alpha = 0,05$  dapat nilai  $t$  table sebesar 1,98 artinya semakin baik kualitas pelayanan cuci motor AG Lubuk Alung maka kepuasan konsumen semakin tinggi maka  $H_1$  diterima. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### 2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pengujian hipotesis pertama menyatakan bahwa harga ( $X_2$ ) pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Hal ini terbukti dari nilai  $t$  hitung lebih besar dibandingkan  $t$  table, dimana nilai  $t$  hitung variabel kualitas pelayanan ( $x_1$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $y$ ) adalah 4,6. Sementara untuk cuci motor AG Lubuk Alung  $t$  table Sig  $\alpha = 0,05$  dapat nilai  $t$  table sebesar 1,98 artinya semakin bersaing harga  $c$  maka kepuasan konsumen semakin tinggi maka  $H_2$  diterima. Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian uji  $F$  dapat terlihat  $F_{hitung} 54,4 > 3,08 F$  tabel dengan nilai Sig. 0,000 < 0,05 hal ini menunjukkan bahwa  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Artinya apabila kualitas pelayanan meningkat dan harga sesuai maka kepuasan konsumen juga meningkat.

Hasil  $R^2$  dalam penelitian ini adalah sebesar 0,52. Hal ini dapat diartikan bahwa secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen memiliki pengaruh sebesar 52,9% sedangkan sisanya 47,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima.

### **KESIMPULAN**

Dengan ini berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cuci motor AG Lubuk Alung. Dimana nilai  $t$  hitung 3,83 dengan probabilitas 0,000. Ini menunjukkan bahwa  $H_1$  diterima, maka dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima karena berdasarkan hasilnya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen pada cuci motor AG. Dimana nilai  $t$  hitung 4,64 dengan probabilitas 0,000. Ini menunjukkan bahwa

H2 diterima, maka dengan demikian hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh positif harga terhadap minat kepuasan konsumen dapat diterima.

3. Secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan sebesar 52,9 % terhadap kepuasan konsumen sedangkan sisanya 47,1 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima.

#### Saran

- a. Dengan ini bagi karyawan cuci motor AG hendaknya selalu tanggap dalam melayani kebutuhan konsumen serta lebih cepat dan tepat dalam memenuhi keinginan konsumen agar mereka mendapatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.
- b. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk lebih memperluas objek penelitian tidak hanya pada variabel harga dan kualitas pelayanan tetapi juga pada variabel-variabel lain sehingga diperoleh informasi yang lengkap tentang faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan penelitian berikutnya dapat lebih bermanfaat.
- c. Untuk pelanggan cuci motor AG hendaknya lebih mempertimbangkan soal harga yg ditawarkan. Jangan mudah tergiur dengan harga yang murah tetaplah memperhatikan kualitas pelayanan yang di berikan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Lupiyoadi,Rambat. (2014). Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3. Jakarta:Salemba Empat.
- [2] Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta:Andi.
- [3] Widiyanti, W., & Fitriani, D. (2017). Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Depok, XVII(2).
- [4] Handoko, T. Hani. (2011). Manajemen. (ed., 2). Yogyakarta: BPFYogyakarta. Anggota IKAPI.
- [5] Hartanto. (April, 2010). Bisnic cuci motor dan cuci Helm Otoclink
- [6] Retrieved May 29, 2012 from <http://otoclink.blogspot.com/p/peluang-usaha-cuci-motorcucihelm.html>
- [7] Heizer & Render (2004). Operations management. (7th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- [8] Herjanto, Eddy. 2003. Manajemen produksi dan operasi. (2nd ed.). Jakarta : Grasindo.
- [9] Henry Simamora. (2004). Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Ke-3. STIE YKPN. Yogyakarta.
- [10] Horne dan Wachowicz (2000). Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan Buku I Edisi 9. Jakarta : Salemba Empat.
- [11] Ismail Yusanto (2002). Pengantar Manajemen Syariat. Jakarta: Khairul Bayan.
- [12] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2009). Manajemen Pemasaran. Edisi ke-12. Jakarta: Indeks.
- [13] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2009). Manajemen Pemasaran. (Edisi 13, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- [14] Lovelock, Christopher H. dan Wright, Lauren K. (2005). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta. PT. Indeks Kelompok Gramedia.