

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Carfix (Studi Pada Carfix Cabang Mrican, Semarang)

Nur Daud Firmanto¹, M. Arif Ariyanto², Riki Raharjo³, Syarofudin⁴

^{1,2,3,4} Program Studi S-1 Manajemen, STIE Anindyaguna, Indonesia

Email: nurdaut3@gmail.com¹, arifariyanto57@gmail.com²,
rikiraharjo1993@gmail.com³, trisnotaylor@gmail.com⁴

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi dengan adanya penurunan selama 3 bulan terakhir di bidang usaha perbaikan mobil yang ada di Mrican Kedung Mudu Semarang. Yang seharusnya memiliki potensi yang cukup besar bagi masyarakat khususnya golongan menengah keatas. Penelitian bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, promosi, harga, dan fasilitas yang diberikan oleh CARfix Cabang Mrican Semarang. penelitian ini menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel 89 responden. Dengan pengolahan data menggunakan SPSS. Hasil dari penelitian ini adalah .pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, variable promosi tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, variabel Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, begitu juga fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Fasilitas dan Kepuasan Pelanggan*

Abstract

The background of this research is the decrease in the last three months in the car repair business at Mrican Kedung Mudu Semarang. Which should have considerable potential for society, especially the middle class and above. The research aims to determine how much customer satisfaction is influenced by service quality, promotion, price, and facilities provided by CARfix Mrican Kedung Mudu Semarang. Branch. This study used a questionnaire with a sample of 89 respondents. By processing data using SPSS. The results of this study are that service has an effect on customer satisfaction, the promotion variable has no effect on customer satisfaction, the price variable has an effect on customer satisfaction, as well as facilities have an effect on customer satisfaction.

Keywords : *Quality Of Service, Promotion, Price, and Facilities and Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Globalisasi membawa dampak yang sangat besar bagi perkembangan dunia bisnis di seluruh dunia. Pasar terbuka luas dan peluang menjadi semakin lebar, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksikan. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan-perusahaan lain yang berkecimpung dalam bidang yang sama. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan dalam bersaing harus mampu memberikan produk yang berkualitas, pelayanan yang berkualitas, dengan harga yang seimbang dengan produk yang di sajikan. Serta bisa memberikan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atau masyarakat pengguna.

CARfix merupakan salah satu dari beberapa bengkel mobil baru yang mampu bertahan meskipun sudah banyak bengkel-bengkel mobil lama dan baru di kota Semarang, hal ini terbukti bengkel mobil CARfix tetap mampu bertahan dan berkembang meski disaat

kondisi krisis seperti sekarang ini. Seiring dengan semakin bertambahnya bengkel mobil, ada beberapa kemungkinan yang membuat pertumbuhan pelanggan pada CARfix Mrican stabil bahkan cenderung bertambah dari awal pembukaan pada tahun 2015 yang rata-rata masih 6 pelanggan per hari menjadi 13 pelanggan per hari pada tahun 2017, dan pada tahun 2018 bertumbuh menjadi 15 pelanggan per hari, dari pertumbuhan pelanggan dari tahun ke tahun, CARfix Mrican melakukan setiap servis dengan baik, dengan hasil pelanggan puas dan melakukan pengulangan menggunakan jasa CARfix Mrican untuk mempercayakan merawat mobil mereka, namun pada tahun 2018 – 2019 terdapat penurunan pelanggan servis pada Carfix Mrican.

Periode	Jumlah Pelanggan	Fluktuasi
Januari – Juni 2018	831	0%
Juli – Desember 2018	859	3,2%
Januari – Juni 2019	743	-13,5%
Juli – Desember 2019	712	-4,2%

Sumber : Data Primer yang diolah

Tabel diatas menunjukkan bahwa ada penurunan pelanggan di Carfix mrican, hal ini dikarenakan adanya cabang Carfix baru yang berada didekat Carfix Mrican, dan adanya pertumbuhan bengkel rumahan yang berada di sekitaran Carfix Mrican.

Kepuasan konsumen

Kepuasan pelanggan merupakan suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan suatu produk, dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi. Daryanto dan Setyobudi (2014),

Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan Gilbert dkk.,(2004). Kualitas pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra (2016) adalah kualitas dapat diartikan sebagai keadaan dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, sumber daya manusia dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

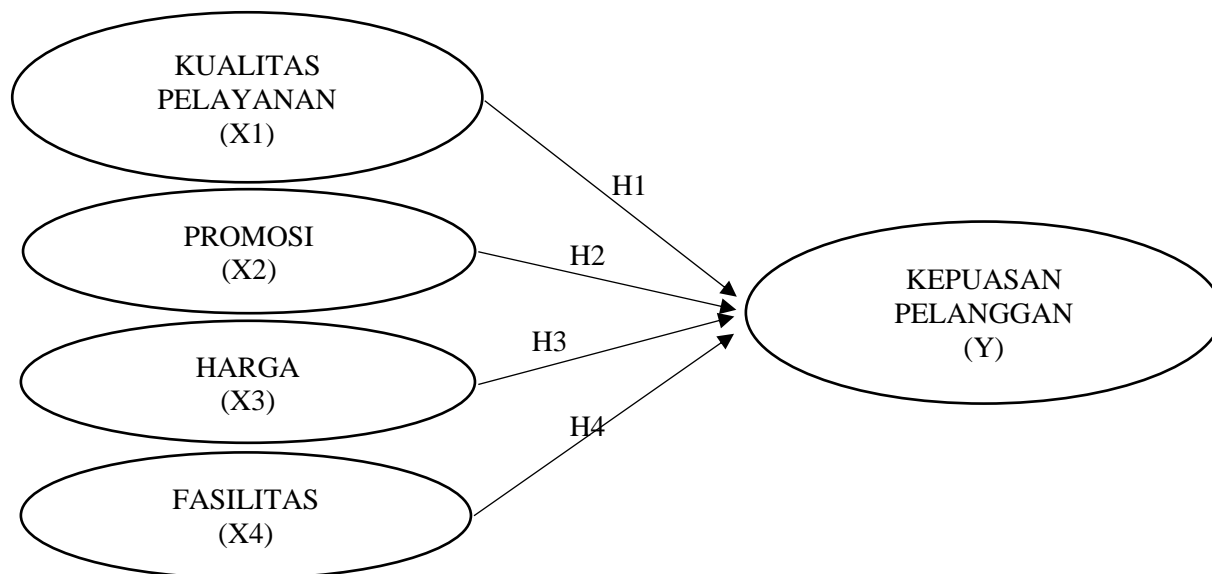
Harga

Dalam arti yang sempit harga (price) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Kotler dan Armstrong (2018).

Fasilitas

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada dan disediakan sebelum suatu jasa dapat diberikan kepada konsumen. Tjiptono, (2014)

Untuk mewujudkan hal tersebut maka pihak perusahaan harus tahu apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dan pimpinan harus berusaha untuk menghasilkan *performance* sebaik mungkin agar pelayanan memiliki kualitas yang baik sehingga konsumen akan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Pelayanan jasa yang berkualitas adalah syarat utama untuk menciptakan kepuasan konsumen Untuk mengetahui keterkaitan pengaruh antar variabel dapat dijelaskan pada kerangka pemikiran berikut ini



Gambar 1. Model Penelitian

METODE

Populasi

Sugiyono (2019:126) menjelaskan bahwa populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya.. Data yang diperoleh dari bengkel mobil CARfix menunjukkan bahwa jumlah populasi pelanggan tetap yang dimiliki pada periode tahun 2018-2019 adalah sebanyak 115 pelanggan.

Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini di ambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan yang disebut sampel. (Ferdinand, 2006)

Jumlah sampel adalah ditentukan berdasarkan pada perhitungan dari rumus Slovin dengan tingkat kesalahan yang ditoleransi sebesar 5%.

Keterangan :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

N = Ukuran Populasi

n = Ukuran sampel

e = Margin of error, yaitu persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir sebesar 5%. Dengan menggunakan rumus diatas maka akan diperoleh jumlah sampel sebanyak 89, yaitu :

Penentuan penarikan sampel

$$n = \frac{115}{1+115(0.05)^2} = \frac{115}{1.2875} = 89,32 = 89$$

Pendekatan umum yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non- probability sampling*, dimana elemen populasi dipilih atas dasar availabilitasnya (misalnya karena mereka memang dengan sukarela mau menjadi responden) atau karena pertimbangan pribadi peneliti bahwa mereka dapat mewakili populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*.

Teknik ini dipilih atas dasar pertimbangan peneliti bahwa informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dari satu kelompok sasaran tertentu yang mampu memberikan informasi bagi penelitian. Dengan demikian pelanggan tetap bengkel mobil CARfix yang menjadi objek

penelitian. Pelanggan tetap yang dimaksud disini adalah pengguna jasa yang telah menggunakan jasa lebih dari 2 kali. Sehingga tidak semua populasi memperoleh peluang yang sama untuk dijadikan sampel.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara. Wawancara merupakan cara observasi yang bersifat langsung. Wawancara merupakan suatu bentuk cara guna memperoleh keterangan- keterangan yang dibutuhkan bagi peneliti untuk dapat memperoleh jawaban- jawaban yang bersifat langsung pula dari responden. Hal tersebut diperkuat kembali dengan kuesioner yang dibagikan kepada responden. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang mencakup semua pernyataan dan pertanyaan yang akan digunakan untuk mendapatkan data, baik yang dilakukan melalui telpon, surat atau bertatap muka (Ferdinad, 2006).

Pertanyaan-pertanyaan yang pada kuesioner bersifat terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka yaitu untuk pertanyaan yang bersifat bebas dan digunakan untuk menyatakan alasan dan tanggapan atas pertanyaan tertutup sebelumnya. Pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan yang digunakan untuk mendapatkan data dari responden dalam objek penelitian dengan alternatif jawaban yang disediakan oleh peneliti.

Kategori tersebut kemudian dirubah dalam bentuk pertanyaan tertutup dengan kemungkinan jawaban yang sudah ditetapkan terlebih dahulu. Atas jawaban tersebut, maka ditentukan skornya dengan skala Likert yang dikembangkan oleh Rensis Likert yaitu 5,4,3,2,1. Skor yang paling tinggi dikenakan pada jawaban yang paling menunjang dan skor terendah diberikan pada jawaban yang paling tidak menunjang. Adapun skor yang diberikan mencakup pengukuran intensitas sebagaimana diungkapkan dalam setiap jawaban atas pertanyaan yang dinilai dengan angka sebagai berikut : Skor 5 : untuk jawaban sangat setuju,

Skor 4 : untuk jawaban setuju, Skor 3 : untuk jawaban netral, Skor 2 : untuk jawaban tidak setuju, Skor 1 : untuk jawaban sangat tidak setuju.

Metode Analisis Data

Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Kita dapat melihatnya dari *normal probability* plot yang membandingkan distribusi kumulatif dengan distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal Santoso Santoso,(2011). Kriteria pengambilan keputusan adalah Jika penyebaran data pada grafik normal P-P Plot mengikuti garis normal (45 derajat), maka data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem Multikolinieritas. Pengujian ada tidaknya gejala multikolinearitas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*-nya. Nilai dari VIF antara 0 sampai dengan 10 menandakan tidak adanya gejala multikolinearitas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat problem multikolinieritas (Singgih Santoso, 2001).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Dan jika varians tersebut berbeda, maka terjadi Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Santoso, (2011). Pengujian ada tidaknya gejala heteroskedastisitas memakai metode grafik dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada *scatterplot* dari variabel terikat, dimana jika tidak terdapat pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan begitu pula sebaliknya Santoso,(2011)

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol

dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crossection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. (Ghozali, 2011).

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antar variabel dependen dengan variabel independen. (Ghozali, 2011) Model penelitian ini dapat dijelaskan dengan model linier sebagai berikut (Ferdinand, 2006)

Model diatas menunjukkan bahwa variabel dependen Y dipengaruhi oleh tiga variabel independen X_1, X_2, X_3, X_4 (kualitas pelayanan, Promosi harga, Fasilitas).

Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui signifikansi dari hasil penelitian maka perlu dilakukan dengan uji) Uji t (Uji Parsial). Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas.

Jika nilai signifikansinya $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Jika nilai signifikansinya $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Menurut Imam Ghozali (2011, h.98) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol,

Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (bi) sama dengan nol.

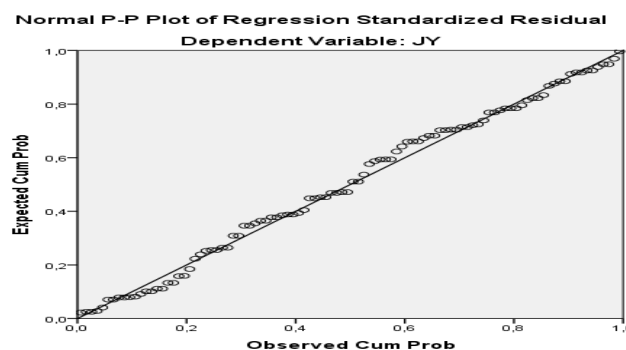
HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Penyebaran Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Jumlah kuesioner yang disebar	115
Jumlah kuesioner yang rusak atau tidak lengkap	(15)
Jumlah kuesioner yang dapat diolah	100

Sumber: Data primer yang diolah 2020

Uji Normalitas



Gambar 2. Normalitas

Uji Multikolinearitas

Pada dasarnya model persamaan regresi ganda dengan menggunakan dua variabel bebas atau lebih, hampir selalu terdapat kolinier ganda. Uji multikolinieritas dimaksudkan untuk mengetahui adanya hubungan yang sempurna antara variabel bebas dalam model regresi. Apabila terjadi multikolinieritas maka variabel bebas yang berkolinier dapat dihilangkan. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinier menurut perhitungan yang dilakukan dengan program SPSS dapat diketahui dengan berpedoman bahwa nilai VIF > 10 dan Tolerance < 0,1

Mengacu pada kedua pendapat di atas maka berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diperoleh nilai :

Tabel 2. Multikolinearitas

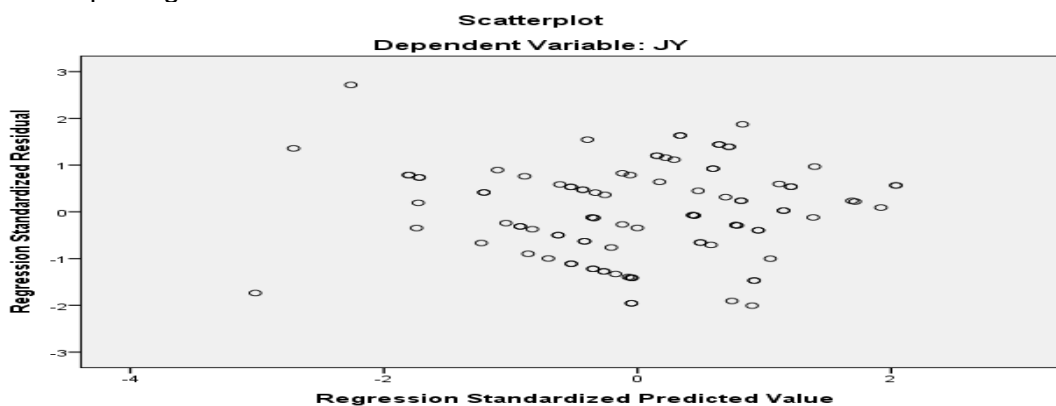
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1		
	Pelayanan	,961 1,040
	Promosi	,968 1,034
	Harga	,961 1,040
	Fasilitas	,957 1,045

a. Dependent Variable: JY

Variabel Pelayanan dalam model regresi diatas tidak terjadi hubungan yang sempurna antar variabel (multikolinieritas) karena VIF < 10 dan Tolerance > 0,1 di lihat dari nilai VIF=1,040 dan Tolerance 0,961. Variabel Promosi dalam model regresi diatas tidak terjadi hubungan yang sempurna antar variabel (multikolinieritas) karena VIF < 10 dan Tolerance > 0,1 di lihat dari nilai VIF=1,034 dan Tolerance 0,968. Variabel Harga dalam model regresi diatas tidak terjadi hubungan yang sempurna antar variabel (multikolinieritas) karena VIF < 10 dan Tolerance > 0,1 di lihat dari nilai VIF=1,040 dan Tolerance 0,96. Variabel Fasilitas dalam model regresi diatas tidak terjadi hubungan yang sempurna antar variabel (multikolinieritas) karena VIF < 10 dan Tolerance > 0,1 di lihat dari nilai VIF=1,045 dan Tolerance 0,957.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi apabila tidak ada kesamaan deviasi standar nilai variabel dependen pada setiap variabel independen. Deteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik.



Gambar 3. Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik hasil penelitian di atas, deteksi yang ada adalah penyebaran, dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 3.Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,080	2,590		,031	,976
	Pelayanan	,334	,088	,333	3,782	,000
	Promosi	,067	,091	,067	,761	,449
	Harga	,401	,085	,413	4,689	,000
	Fasilitas	,183	,086	,188	2,133	,035

a. Dependent Variable: JY

$$Y = 0,333 X_1 + 0,067X_2 + 0,413X_3 + 0,188X_4$$

Hasil persamaan regresi berganda tersebut di atas memberikan pengertian bahwa : β_1 (nilai koefisien regresi X_1) positif, mempunyai arti bahwa jika Pelayanan (X_1) semakin baik, maka Kepuasan Pelanggan akan semakin meningkat sebesar 0,333. β_2 (nilai koefisien regresi X_2) positif, mempunyai arti bahwa jika Promosi (X_2) semakin baik, maka Kepuasan Pelanggan akan semakin meningkat sebesar 0,067. β_3 (nilai koefisien regresi X_3) positif, mempunyai arti bahwa jika Harga (X_3) semakin beragam, maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,413. β_4 (nilai koefisien regresi X_4) positif, mempunyai arti bahwa jika Fasilitas (X_4) semakin beragam, maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,188.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Uji Hipotesis antara Variabel Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Dari hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung untuk X_1 adalah 4.578 dan dengan menggunakan *level significance* (taraf signifikan) sebesar 5% diperoleh t tabel sebesar 1,985 yang berarti bahwa nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $3.782 > 1,985$. Signifikansi $t = 0,000 < 0,05$, menandakan bahwa *Pelayanan* (X_1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan dugaan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara *Pelayanan* (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dapat diterima.

Uji Hipotesis antara Variabel *Promosi* terhadap Kepuasan Pelanggan, Dari hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung untuk X_2 adalah 0.761 dan dengan menggunakan *level significance* (taraf signifikan) sebesar 5% diperoleh t tabel sebesar 1,985 yang berarti bahwa nilai t hitung lebih kecil daripada nilai t tabel yaitu $0.761 < 1,985$. Signifikansi $t = 0,449 > 0,05$, menandakan bahwa *Promosi* (X_2) tidak mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan dugaan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara *Promosi* (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) tidak dapat diterima.

Uji Hipotesis antara Variabel *Harga* terhadap Kepuasan Pelanggan, Dari hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung untuk X_3 adalah 4,689 dan dengan menggunakan *level significance* (taraf signifikan) sebesar 5% diperoleh t tabel sebesar 1,985 yang berarti bahwa nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $4,192 > 1,985$. Signifikansi $t = 0,000 < 0,05$ menandakan bahwa *Harga* (X_3) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan dugaan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara *Harga* (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dapat diterima.

Uji Hipotesis antara Variabel Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Dari hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung untuk X_4 adalah 2,133 dan dengan menggunakan *level significance* (taraf signifikan) sebesar 5% diperoleh t tabel sebesar 1,985 yang berarti bahwa nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $2,133 > 1,985$. Signifikansi $t = 0,035$

$< 0,05$ menandakan bahwa *Fasilitas (X4)* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (*Y*).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan dugaan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara *Fasilitas (X4)* terhadap Kepuasan Pelanggan (*Y*) dapat diterima.

Uji F (Uji Model)

Tabel 5. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	130,186	4	32,546	9,750	,000 ^b
	Residual	317,124	95	3,338		
	Total	447,310	99			

a. Dependent Variable: JY

b. Predictors: (Constant), JX4, JX2, JX3, JX1

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan program SPSS diperoleh F hitung sebesar 9,750 pada *level significance* (taraf signifikan) sebesar 5% diperoleh F tabel sebesar 2,467 sehingga nilai F hitung = 9,750 > dari F tabel = 2,467 atau signifikan 0,000 kurang dari 5%, artinya ada pengaruh antara *Pelayanan*, *Promosi*, *Harga* dan *Fasilitas* secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan sehingga model dalam regresi ini adalah baik.

Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square*. Berikut ini adalah hasil koefisien determinasi

Tabel 6. Nilai Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,539 ^a	,291	,261	1,82706

a. Predictors: (Constant), JX4, JX2, JX3, JX1

b. Dependent Variable: JY

Berdasarkan tabel di 4.9, dapat diketahui bahwa Nilai R 0,539, yaitu variabel – variabel X cukup berpengaruh terhadap variabel Y, dengan nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,261 atau 26,1% yang menunjukkan bahwa antara *Pelayanan (X1)*, *Promosi (X2)*, *Harga (X3)* dan *Fasilitas (X4)* mampu menjelaskan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan CARfix sebesar 26,1%, sedangkan sisanya 73,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

SIMPULAN

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat kita tarik kesimpulan sebagai berikut: Variabel *Pelayanan (X1)* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di CARfix Mrican. Terlihat $t_{hitung} (3.782) > t_{tabel} (1,985)$ yang berarti produk mempunyai andil dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di CARfix Mrican. Variabel *Promosi (X2)* mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di CARfix Mrican. Terlihat $t_{hitung} (0.761) < t_{tabel} (1,985)$ yang berarti promosi tidak mempunyai andil dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di CARfix Mrican. Variabel *Harga (X3)* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di CARfix Mrican. Terlihat $t_{hitung} (4.689) > t_{tabel} (1,985)$ yang berarti harga mempunyai andil dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di CARfix Mrican. Variabel *Fasilitas (X4)* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di CARfix Mrican. Terlihat

DAFTAR PUSTAKA

- Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). Konsumen dan pelayanan prima. Yogyakarta: Gava Media
- Ghozali, Imam. (2011). "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- .Gilbert, G.R. et.al. (2004). Measuring Customer Satisfaction in The Fast Food Industry: A cross-national Approach. The Journal of Services Marketing,
- Kotler, P dan Amstrong, G. (2018). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Singgih Santoso, 2011, Struktural Equation Modeling (SEM) Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 18 Jakarta. PT. Alek Media Komputindo.
- Tjiptono, F . dan Chandra, G . (2016). Service Quality and Satisfaction. Edisi ke-4 Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian). Andi Offset.