
**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan
Konsumen Service Mobil Honda Pacific Motor Kediri**

Cerey Bella Wijaya¹, Indah Listyani², Rike Kusuma Wardani³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kediri¹²³

Bellaservice745@gmail.com¹, Indahlistyani@uniska-kediri.ac.id², Rikekusumawardani@uniska-kediri.ac.id³

Abstract

This research aims to determine the partial and simultaneous effects of service quality and price on consumer decisions to service their cars at Honda Pacific Motor Kediri. The study is conducted to help Honda Pacific Motor Kediri improve service quality and determine the appropriate pricing strategy to attract consumers for car servicing. The research employs a quantitative approach, using primary data obtained directly from the company. The data used in this study were collected through the distribution of questionnaires to 99 respondents, who are customers of Honda Pacific Motor Kediri. Data analysis techniques include descriptive statistics, classic assumption tests, multiple linear regression, and hypothesis testing. The research results indicate that service quality and price significantly influence consumer decisions to service their cars at Honda Pacific Motor Kediri. Service quality and price have both partial and simultaneous effects, as evidenced by the significance values of t-test and F-test being below 0.05. The combined influence of service quality and price accounts for 30.7% of the variance in consumer decisions.

Keywords: Service Quality, Price, Purchase Decision

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan antara kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan service mobil pada Honda Pacific Motor Kediri. Penelitian ini dilakukan supaya Honda Pacific Motor Kediri dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan menentukan harga yang tepat untuk menarik konsumen melakukan service mobil. Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari perusahaan secara langsung. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari penyebaran angket kepada 99 responden yaitu pelanggan Honda Pacific Motor Kediri. Teknik analisis data berupa statistik deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan service mobil di Honda Pacific Motor Kediri. Kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh secara parsial dan simultan secara signifikan terhadap keputusan pelanggan, Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai signifikansi uji t dan uji f yang berada dibawah 0,05. Besar pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga sebesar 30,7%.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga Dan Keputusan Pembelian

DOI : <http://dx.doi.org/10.32503/jcm.v1i1.4372>
Sejarah Artikel : Artikel diterima (6 Mar 2023); direvisi (14 Mar 2023);
disetujui (25 Mar 2023)
Email Co-Author : Indahlistyani@uniska-kediri.ac.id

Pendahuluan

Persaingan bisnis bukanlah hal baru dalam dunia perdagangan global, terutama dalam memperebutkan pasar potensial dan mempertahankan konsumen yang ada. Hampir setiap perusahaan besar atau kecil pasti tersentuh oleh persaingan global, dalam hal ini perusahaan barang atau jasa yang bersangkutan dituntut jeli untuk menangkap peluang yang ada agar dapat bertahan seiring dengan perubahan zaman. Era globalisasi bukan hanya menjanjikan suatu peluang bisnis di Indonesia, tetapi juga memunculkan persaingan yang kian ketat baik antara perusahaan domestik maupun perusahaan asing. Fenomena persaingan yang ada dalam era globalisasi akan semakin mengarahkan sistem perekonomian Indonesia kepada mekanisme pasar yang memposisikan pasar untuk selalu mengembangkan dan merebut market share. Terwujudnya tujuan dan sasaran tersebut, perlu ditunjang dengan harga yang terjangkau bagi konsumen, dan juga kualitas dari suatu pelayanan yang diberikan, karena pelanggan akan tertarik dengan penawaran harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan yang baik.

Konsumen sebelum melakukan pembelian suatu produk, tentunya akan bertanya bagaimana kualitas dan harga produk yang akan dibelinya. Pelayanan dengan kualitas yang bagus akan mendorong konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, karena konsumen dalam membeli suatu produk layanan yang memiliki kualitas yang terbaik. Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2015:59) merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen, keunggulan suatu produk sangat dipengaruhi oleh kualitas dari produk yang bersangkutan baik dari sisi kualitas kebendaan produk tersebut ataupun dari kualitas pelayanannya. Pemilihan konsumen terhadap suatu produk atau layanan didasarkan karena konsumen tidak ingin membeli produk atau jasa dan merasa kecewa, maka dari itu kualitas pelayanan sangat menentukan keputusan pembelian konsumen (Yani, Rusno, dan Nurfarida 2020). Selain kualitas pelayanan yang baik harga juga menjadi pendorong terhadap keputusan pembelian oleh konsumen. Harga menurut Tjiptono (2015:151) merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Harga apabila semakin tinggi akan menurunkan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, juga sebaliknya apabila harga suatu produk semakin murah atau terjangkau akan memudahkan masyarakat dalam membelinya (Rizkia dan Madiawati 2021). Apabila konsumen yang melakukan pembelian akan suatu produk baik itu barang atau jasa, apabila konsumen merasa puas dengan harga dan kualitas pelayanan yang diperolehnya, maka konsumen akan melakukan pembelian. Menurut Balawera dalam Handayani (2017:1) keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu.

Honda Pacific Kediri adalah Dealer Resmi yang beralamat di Jl. Mayor Bismo No. 90 Semampir, Kota Kediri. Perusahaan ini memberikan pelayanan kepada konsumen berupa *sales unit mobil, service, sparepart, dan body repair*. Honda Pacific Kediri dalam operasionalnya haruslah memperhatikan bagaimana kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan kepada konsumen. Kualitas pelayanan yang perusahaan berikan kepada konsumennya apakah telah sesuai dengan kebutuhan konsumen yakni apakah fasilitas fisik dan peralatan service

(*Tangible*), empati perusahaan kepada pelanggan (*Emphaty*), pelayanan yang tepat dan terpercaya. (*Reliability*), memberikan jasa secara cepat dan tanggap. (*Responsiveness*), perusahaan memberikan jaminan (*Assurance*). Hal tersebut haruslah diperhatikan penting bagi perusahaan yang menjalankan bisnis jasa. Selain dari pelayanan perusahaan juga harus memperhatikan bagaimana harga yang diberikan oleh perusahaan apakah harga yang diberikan perusahaan terjangkau, sesuai dengan kualitas pelayanan, harga sesuai manfaat, dan harga sesuai daya saing kompetitor.

Penelitian ini dilakukan untuk mengatasi sejumlah tantangan yang dihadapi oleh Honda Pacific Motor Kediri, seperti masalah terkait kualitas pelayanan yang kurang memuaskan, waktu tunggu yang lama, kelengkapan fasilitas penantian, dan ketersediaan stok yang terbatas. Salah satu aspek kritis yang menjadi fokus adalah biaya perbaikan yang tinggi, yang dapat menjadi kendala bagi pelanggan. Tujuannya adalah mengidentifikasi akar penyebab dari ketidakpuasan pelanggan ini dan mengembangkan solusi yang relevan, seperti perbaikan proses operasional, pelatihan karyawan, peningkatan fasilitas penantian pelanggan, serta peninjauan kebijakan harga perbaikan. Perusahaan dengan mengatasi masalah-masalah ini secara efektif, Honda Pacific Motor Kediri berharap dapat meningkatkan kualitas pelayanan, memperbaiki kepuasan pelanggan, dan membangun kembali reputasinya di pasar otomotif yang kompetitif. Perbaikan kualitas pelayanan dan harga harus diperhatikan oleh perusahaan supaya perusahaan dapat memperoleh penghasilan dan juga mempertahankan pelanggan agar tidak pergi ke kompetitor. Pelanggan dalam melakukan pembelian sebuah produk barang atau jasa memperhatikan kebutuhan ataupun keinginan akan suatu produk tertentu, harga yang sesuai, motivasi, kualitas suatu produk, keputusan pembelian ulang, bonus, gaya hidup. Hal tersebutlah yang mendasari seorang pembeli atau pelanggan melakukan pembelian akan suatu produk barang atau jasa, sehingga hal tersebut perlu dikaji ataupun diteliti guna mengetahui apakah kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan sudah sesuai menurut konsumen. Apabila kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan sudah sesuai seperti keinginan konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan pada periode kedepannya konsumen akan melakukan pembelian kembali. Hal tersebut tentunya akan mendorong penjualan perusahaan, maka dari itu harga dan kualitas pelayanan dianggap sesuatu yang penting dalam proses penjualan produk perusahaan.

Penelitian ini dilakukan karena diketahui terdapat gap penelitian yang mana penelitian dilakukan oleh (Cynthia, Hermawan, dan Izzudin 2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Cahya et al. 2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh (Listighfaroh 2020) mengenai harga juga diketahui terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh (Fathorrahman et al. 2022) menunjukkan hal yang berlawanan dimana diketahui bahwasanya harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Atas beberapa penelitian tersebut diketahui terdapat ketidak konsistenan hasil penelitian, hal tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian kemabli dengan mengangkat variabel harga dan kualitas pelayanan

sebagai pembaru atas penelitian penelitian sebelumnya.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan konsumen untuk *service* mobil studi kasus pada Honda Pacific Motor Kediri.

Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan tujuan mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan variabel independen berupa kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan konsumen melakukan *service* pada Honda Pacific Motor Kediri. Penelitian ini mengangkat kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel independen dan juga adanya keputusan konsumen dalam melakukan *service* merupakan variabel dependen dalam penelitian ini. Data dalam penelitian ini diperoleh secara primer dengan cara penyebaran kuesioner penelitian pada konsumen Honda Pacific Motor Kediri. Dimana pengukuran data menggunakan skala likert dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 99 Orang. Teknik analisis pada penelitian ini digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji prasyarat, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis

Hasil dan Pembahasan

Studi ini didasarkan pada survei yang dibagikan kepada 99 konsumen Honda Pacific Motor Kediri sebagai responden. Setelah menerima tanggapan dari responden, data dianalisis. Analisis mencakup variabel independen seperti Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) dan variabel dependen, yaitu Keputusan Service Mobil (Y). Langkah-langkah pembahasan dalam studi ini adalah seperti yang tercantum di bawah ini:

Uji Kualitas Data

Setelah data yang terkumpul dari responden, peneliti harus menguji kualitas data untuk memastikan validitas dan reliabilitas. Berikut adalah hasil dari uji kualitas data yang dilakukan :

Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Kuesioner	Person correlation	R-tabel	[sig.(2-tailed)]	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0.572	0.1654	0,000	Valid
	X1.2	0.675	0.1654	0,000	Valid
	X1.3	0.549	0.1654	0,000	Valid
	X1.4	0.743	0.1654	0,000	Valid
	X1.5	0.537	0.1654	0,000	Valid
Harga (X2)	X2.1	0.495	0.1654	0,000	Valid
	X2.2	0.746	0.1654	0,000	Valid
	X2.3	0.620	0.1654	0,000	Valid
	X2.4	0.555	0.1654	0,000	Valid
Keputusan Service Mobil di Honda Pacific Motor Kediri	Y1	0.687	0.1654	0,000	Valid
	Y2	0.690	0.1654	0,000	Valid
	Y3	0.675	0.1654	0,000	Valid
	Y4	0.604	0.1654	0,000	Valid
	Y5	0.475	0.1654	0,000	Valid
	Y6	0.686	0.1654	0,000	Valid

(Y)	Y7	0.536	0.1654	0,000	Valid
-----	----	-------	--------	-------	-------

Berdasarkan tabel 1, dapat dicapai kesimpulan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel kualitas pelayanan, harga, dan Keputusan Service Mobil di Honda Pacific Motor Kediri (Y) sah dan valid, karena nilai korelasi Person lebih besar dari 0.1654 dan nilai sig (2-tailed) kurang dari 0,05.

Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistic *alpha cronboch*. Pengujian reliabilitas apabila diperoleh nilai uji statistic *alpha cronboch* lebih dari 0,60 maka variabel tersebut dikatakan reliabel. Hasil uji realibilitas pada penelitan ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Pertanyaan	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,732	Reliabel
	X1.2	0,731	Reliabel
	X1.3	0,707	Reliabel
	X1.4	0,714	Reliabel
	X1.5	0,797	Reliabel
Harga (X2)	X2.1	0,743	Reliabel
	X2.2	0,820	Reliabel
	X2.3	0,667	Reliabel
	X2.4	0,704	Reliabel
Keputusan Service Mobil di Honda Pacific Motor Kediri (Y)	Y.1	0,818	Reliabel
	Y.2	0,823	Reliabel
	Y.3	0,886	Reliabel
	Y.4	0,827	Reliabel
	Y.5	0,840	Reliabel
	Y.6	0,820	Reliabel
	Y.7	0,838	Reliabel

Sumber : Diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis tabel, dapat dilihat bahwa reliabilitas dari variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Keputusan Service Mobil di Honda Pacific Motor Kediri (Y) semuanya melebihi nilai 0,60. Ini berarti bahwa data dari ketiga variabel tersebut memenuhi standar reliabilitas dan dapat dikatakan sebagai data yang andal dan layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Statistika Deskriptif

Menganalisis data melalui statistik deskriptif adalah cara untuk menjelaskan dan memaparkan data yang terkumpul, termasuk menunjukkan nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan deviasi standar dari variabel yang diteliti. Dalam penelitian perusahaan sampel, penggunaan software yang digunakan adalah *Statistical Package For Social Science (SPSS)*. Hasil analisis statistik deskriptif ini akan disajikan dalam bentuk tabel oleh peneliti.

Tabel 3 Hasil Statistika Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	99	14.00	20.00	17.5354	2.05194

Harga	99	12.00	16.00	14.4646	1.50721
Keputusan Service	99	21.00	28.00	25.6566	2.40392

Sumber : Data Diolah 2022.

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa data sampel berjumlah 99, variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai minimum 14.00, nilai maksimum 20.00, rata-rata (mean) 17.5354 dan standar deviasinya 2.05194. Variabel Harga memiliki nilai minimum 12.00, nilai maksimum 16.00, rata-rata (mean) yang bernilai 14.4646 dan standar deviasi nya 1.50721 dan variabel keputusan service memiliki nilai minimum 21.00, nilai maksimum 28.00, rata-rata (mean) yang bernilai 25.6566 dan standar deviasi nya 2.40392.

Uji Asumsi Klasik

Uji prasarat, juga dikenal sebagai uji asumsi klasik, digunakan untuk menentukan apakah ada penyimpangan dalam data saat dilakukan uji regresi berganda. Tiga uji yang terdapat dalam pengujian ini adalah uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil dari pengujian prasarat data yang ada :

Uji Normalitas

Tes normalitas digunakan untuk memastikan bahwa data tersebar secara normal atau tidak pada kelompok data atau variabel. Tes ini dapat dilakukan dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov (K-S) statistik tes. Jika nilai K-S memiliki tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi normal. Hasil dari tes normalitas dapat ditemukan dalam tabel 4 berikut ini :

**Tabel 4 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.00093015
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.054
	Negative	-.112
Kolmogorov-Smirnov Z		1.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.166

Berdasarkan tabel 4 diatas diketahui bahwa distribusi data secara normal dan model regresi dapat digunakan karena memenuhi asumsi normalitas, karena hasil perhitungan uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansinya adalah 0.166, lebih besar dari nilai standar signifikansi yaitu 0,05.

Uji Multikolinearitas

Tujuan dari Uji Multikolinearitas adalah untuk mendeteksi adanya atau tidaknya deviasi multikolinearitas dalam model regresi, yaitu adanya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi. Keberadaan multikolinearitas dapat diketahui dari nilai *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai batas yang biasa digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* > 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10.

Hasil dari uji multikolinearitas dapat dilihat secara singkat pada tabel berikut :

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Kualitas Pelayanan	.713	1.403
Harga	.713	1.403

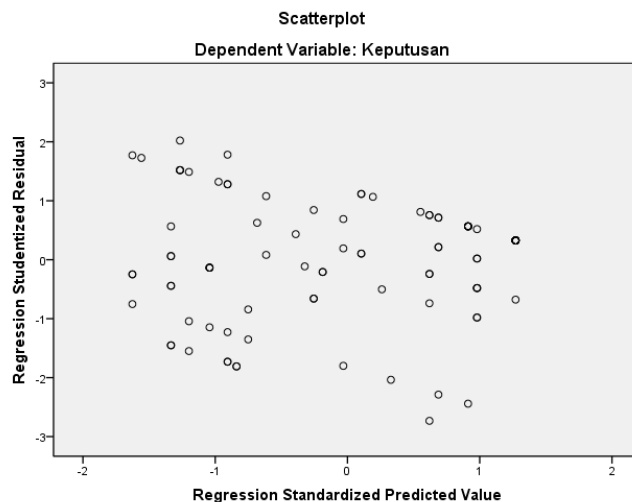
Berdasarkan tabel 5 diatas dapat dikatakan bahwa variabel penelitian tidak menunjukkan hubungan linear dengan variabel lain dan tidak terdapat gejala multikolinearitas. Hal tersebut tampak bahwa nilai tolerance dan VIF Kualitas Pelayanan (X1) masing-masing sebesar 0,713 dan 1,403, dan Harga (X2) sebesar 0,713 dan VIF 1,403. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk memeriksa apakah varian dari variabel pengamatan dalam model regresi tidak sama. Model regresi yang baik tidak memiliki heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas, dapat dilihat dari plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan residual (SRESID). Gejala heteroskedastisitas dapat dikenali dengan 2 hal, yaitu:

1. Terdapat tanda-tanda heteroskedastisitas apabila dalam plot ZPRED dan SRESID memiliki pola tertentu, seperti titik-titik membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit)..
2. Jika distribusi titik pada plot antara ZPRED dan SRESID tidak memiliki pola yang jelas dan menyebar merata di atas dan di bawah nol pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi.

Adapun grafik hasil pengujian heteroskedastisitas model regresi antara variabel kualitas pelayanana (X1), Harga (X2), terhadap keputusan service (Y) adalah seperti di bawah ini :



Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan bahwa titik-titik pengamatan tidak membentuk pola tertentu dan tersebar secara acak. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas pada model yang diperiksa, sehingga asumsi ini memenuhi syarat.

Uji Regresi Linier Berganda

Tujuan dari studi ini adalah untuk mengkaji hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dengan menggunakan skala pengukuran atau rasio dalam bentuk persamaan linier. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda yang dianalisis dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

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

Keterangan :

Y = Variabel dependen (Keputusan Service)

a = Koefisien konstanta

β_1 = Koefisien Regresi Pertama

X1 = Variabel Independen (Kualitas Pelayanan)

β_2 = Koefisien Regresi Kedua

X2 = Variabel Independen (Harga)

e = Nilai Residu

Berdasarkan keterangan diatas maka dapat diperoleh hasil pengolahan data sebagai berikut:

**Tabel 6 Hasil Uji Linier Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.909	2.135		5.577	.000
Kualitas Pelayanan	.389	.118	.332	3.298	.001
Harga	.479	.160	.300	2.986	.004

$$Y = a + bX_1 + bX_2$$

$$Y = 11.909 + .389X_1 + .479X_2$$

Berdasarkan pada persamaan regresi linier tersebut, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Angka 11.909 yang positif sebagai konstanta menunjukkan bahwa jika nilai dari Kualitas Pelayanan dan Harga dianggap tetap, maka tingkat keputusan service akan sebesar 11.909.
- 2) Menurut hasil analisis regresi, korelasi antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Keputusan Service mobil (Y) positif dengan koefisien sebesar 0.389. Ini berarti bahwa jika tingkat Kualitas Pelayanan (X1) bertambah 1 satuan dengan variabel lain tetap konstan, akan meningkatkan nilai Keputusan Service Mobil sebesar 0.389.
- 3) Menurut hasil analisis regresi, korelasi antara Harga (X2) dan Keputusan Service mobil (Y) positif dengan koefisien sebesar 0.479. Ini berarti bahwa jika tingkat Harga (X2) bertambah 1 satuan dengan variabel lain tetap konstan, akan meningkatkan nilai Keputusan Service Mobil sebesar 0.479.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (*Goodness of Fit*), yang ditandai dengan R², adalah ukuran penting dalam regresi. R² mencerminkan kemampuan dari variabel dependen. Semakin tinggi nilai R², semakin besar proporsi dari variasi total variabel dependen yang dapat diterangkan oleh variabel independen. Tabel berikut akan menjelaskan bagaimana Kualitas Pelayanan dan Harga mempengaruhi Keputusan Service mobil di Honda Pacific Motor Kediri :

Tabel 7 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.554 ^a	.307	.293	2.02167

Berdasarkan ringkasan model yang tercantum ditabel 7 Kualitas Pelayanan dan Harga memengaruhi Keputusan Service mobil di Honda Pacific Motor Kediri sebesar 30,7%. Hal tersebut diterangkan dengan perolehan nilai *R Square* atau koefisien determinasi sebesar 0,307. Nilai sisa dari 100% yang menandakan bahwa 30,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Uji t (Uji Parsial)

Uji ini bertujuan untuk mengukur pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Penentuan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak didasarkan pada kriteria yang ditetapkan.:

- 1) Jika taraf signifikan $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika taraf signifikan $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Dari tabel 6 dapat diketahui bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas apakah benar-benar signifikan dalam menjelaskan variabel terikat dan didapatkan hasil sebagai berikut:

- 1) Hasil menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Service Mobil di Honda Pacific Motor Kediri (Y). Hal tersebut ditunjukkan oleh t_{hitung} Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 3.298 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 artinya $< 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- 2) Hasil menunjukkan bahwa Harga (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Service mobil di Honda Pacific Motor Kediri (Y). Hal Tersrbut ditunjukkan oleh t_{hitung} Harga (X2) sebesar 2.986 dengan nilai signifikansi t_{hitung} sebesar 0,004, artinya $< 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh bersamaan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan tingkat kepercayaan 5%. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya variabel independen bersamaan mempengaruhi variabel dependen, sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka variabel independen bersamaan tidak mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 8 Hasil Uji F (test)

Tabel 8 Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	173.959	2	86.979	21.281	.000 ^a
Residual	392.365	96	4.087		
Total	566.323	98			

Menurut tabel 8 diatas nilai F_{hitung} adalah 21.281 dan dibandingkan, dengan F_{tabel} sebesar 2.70 ($df = 96$) dan nilai signifikansi 0.000. Karena F_{hitung} (21.281) $> F_{tabel}$ (2.70) dan nilai sig. (0.000) $<$ taraf signifikansi (0.05). hasil uji statistik menunjukkan bahwa kedua variabel independen (Kualitas Pelayanan dan Harga) secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, yaitu Keputusan Service Mobil di Honda Pacific Motor Kediri (Y).

Interpretasi

Pembahasan hasil penelitian bertujuan untuk menjabarkan suatu hasil penelitian dengan menjelaskan secara lebih detail sehingga lebih dipahami oleh pembaca. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Service Mobil di Honda Pacific Motor Kediri (Y) dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Berikut ini adalah penjelasan atau pemahaman tentang hasil dari penelitian ini :

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Service mobil di Honda Pacific Motor Kediri

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan diketahui bahwasanya Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Service Mobil di Honda Pacific Motor Kediri (Y). Hal tersebut ditunjukkan oleh thitung Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 3.298 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 artinya $< 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Kualitas mempunyai arti sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen. kualitas pelayanan yang baik memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pelanggan untuk melakukan service pada Honda Pacific Motor Kediri. Pelanggan cenderung untuk terus melakukan service pada dealer yang menyediakan layanan yang memuaskan, baik dalam hal kenyamanan, kecepatan, dan ketepatan pelayanan. Sebagai dealer Honda, Pacific Motor Kediri memiliki tugas untuk memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan. Pelanggan yang merasa puas akan cenderung merekomendasikan dealer tersebut kepada orang lain, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan reputasi dealer. Apabila kualitas pelayanan yang dihasilkan baik maka konsumen cenderung melakukan pembelian ulang sedangkan bila kualitas pelayanan tidak sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk/jasa sejenis lainnya. Sering kali dikepala konsumen sudah terpatrit bahwa pelayanan perusahaan tertentu jauh lebih berkualitas daripada pelayanan yang dilakukan perusahaan pesaing dan konsumen akan membeli menggunakan produk jasa yang mereka yakini lebih berkualitas. Meskipun konsumen mempunyai persepsi yang berbeda terhadap kualitas pelayanan, tetapi setidaknya konsumen

akan memilih produk atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhannya.

Pernyataan diatas sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Devina 2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan , berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Service mobil di Honda Pacific Motor Kediri

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan diketahui bahwasanya Harga (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Service mobil di Honda Pacific Motor Kediri (Y). Hal Tersrbut ditunjukkan oleh thitung Harga (X2) sebesar 2.986 dengan nilai signifikansi thitung sebesar 0,004, artinya $< 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dan nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga memang merupakan faktor yang penting dalam keputusan pelanggan untuk melakukan service pada Honda Pacific Motor Kediri. Pelanggan akan mempertimbangkan harga layanan yang ditawarkan dan membandingkannya dengan dealer lain sebelum memutuskan untuk melakukan service. Jika Honda Pacific Motor Kediri menawarkan harga yang kompetitif dan layanan yang berkualitas, pelanggan mungkin tetap memutuskan untuk melakukan service di sana meskipun harganya sedikit lebih tinggi dibandingkan dealer lain. Harga yang tinggi akan menurunkan penjualan perusahaan sedangkan harga produk yang dijual dengan harga murah akan menaikan volume penjualan perusahaan. Harga produk yang sesuai permintaan konsumen akan merangsang konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Pernyataan diatas sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Riau (Sochib 2018) yang menjatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk oleh pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Berpengaruh Bersama-Sama Terhadap Keputusan Service mobil di Honda Pacific Motor Kediri.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan diketahui bahwasanya nilai F_{hitung} adalah 21.281 dan dibandingkan dengan F_{tabel} sebesar 2.70 ($df = 96$) dan nilai signifikansi 0.000. Karena $F_{hitung} (21.281) > F_{tabel} (2.70)$ dan nilai sig. (0.000) $<$ taraf signifikansi (0.05), hasil uji statistik menunjukkan bahwa kedua variabel independen (Kualitas Pelayanan dan Harga) secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, yaitu Keputusan Service Mobil di Honda Pacific Motor Kediri (Y). Kualitas Pelayanan dan Harga memengaruhi Keputusan Service mobil di Honda Pacific Motor Kediri sebesar 30,7%.

Apabila kualitas pelayanan yang dihasilkan baik maka konsumen cenderung melakukan pembelian sedangkan bila kualitas pelayanan tidak sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk/jasa sejenis lainnya. kualitas pelayanan dan harga merupakan dua faktor utama yang mempengaruhi keputusan pelanggan untuk melakukan service pada Honda Pacific Motor Kediri. Kualitas pelayanan yang baik dan harga yang kompetitif akan membantu membuat pelanggan merasa puas dan mempertimbangkan untuk terus melakukan service pada dealer tersebut. Pelanggan akan mempertimbangkan berbagai faktor seperti kenyamanan, kecepatan, dan ketepatan layanan, serta harga layanan yang ditawarkan, sebelum

memutuskan untuk melakukan service. Jika Honda Pacific Motor Kediri mampu menyediakan kualitas layanan yang baik dan harga yang kompetitif, mereka akan memiliki peluang yang lebih besar untuk mempertahankan pelanggan yang setia dan menarik pelanggan baru. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dan nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Suatu produk yang memiliki kualitas yang baik dan memiliki harga yang relatif terjangkau oleh konsumen akan menaikkan keputusan konsumen dalam membeli produk tersebut.)

Simpulan

Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Service Mobil Honda Pacific Motor Kediri pernyataan tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 artinya $< 0,05$. Kualitas pelayanan sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan mempengaruhi loyalitas dan reputasi dealer Honda Pacific Motor Kediri. Pelayanan yang baik bagi pelanggan dan memastikan pelanggan merasa puas, yang akan meningkatkan rekomendasi dan pembelian ulang. Konsumen memiliki persepsi yang berbeda terhadap kualitas pelayanan, tetapi akan memilih produk atau jasa yang memuaskan kebutuhannya. Harga (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan service pelanggan, hal tersebut dibuktikan dengan nilai sebesar 0,004, artinya $< 0,05$. Harga penting dalam keputusan service pelanggan pada Honda Pacific Motor Kediri. Pelanggan akan mempertimbangkan harga layanan dan membandingkannya dengan dealer lain sebelum memutuskan untuk melakukan service. Harga kompetitif dan layanan berkualitas dapat membuat pelanggan tetap memilih Honda Pacific Motor Kediri, meskipun harga sedikit lebih tinggi. Harga tinggi akan menurunkan penjualan perusahaan, sementara harga murah akan meningkatkan volume penjualan. Harga sesuai permintaan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pelanggan untuk melakukan service mobil di Honda Pacific Motor Kediri, dengan kontribusi sebesar 30,7%, dengan nilai signifikansi (0.000) lebih kecil dari taraf signifikansi (0.05).

Perusahaan sebaiknya memberikan kotak saran ataupun kontak yang dapat dihubungi oleh konsumen ketika konsumen bertanya ataupun memberikan keluhan mengenai pelayanan maupun harga yang diberikan supaya harga dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempengaruhi keputusan pembelian dalam melakukan service mobil di Honda Pacific Motor Kediri.

Daftar Pustaka

Cahaya, Agus Dwi, Rizky Andrian, Renita Carla Ramadhani, dan Erni Dwijayanti. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97)." *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)* 5 (1): 175–83. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3444>.

Cynthia, Debby, Haris Hermawan, dan Ahmad Izzudin. 2022. "Pengaruh Lokasi

dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.” *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik* 9 (1): 104–12.

Devina, Benedhita. 2019. “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Leasing Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen.” *Jurnal.Jurnal Manajemn Vol 11 (1)*.

Fathorrahman, Muhammad Baqir Ainun, Liyanto, dan Minullah. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Market Place Di Shopee.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* 08 (02): 160–70.

Handayani, Lilis Tri. 2017. “Pengaruh Atribut Produk, Gaya Hidup, Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Kota Surakarta.” Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Listighfaroh, Muzammil Ilmi. 2020. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream Di Surabaya.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1–17. http://eprints.uwp.ac.id/id/eprint/1428/2/jurnalku_new.pdf.

Rizkia, Delanera, dan Putu Nina Madiawati. 2021. “Pengaruh Perilaku Konsumen, Store Atmosphere, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aditi Coffe House & Space di Era Pandemi Covid-19.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa* 18 (1): 71–86.

Sochib. 2018. *Pengantar Akuntansi 1 (pertama)*. Yogyakarta: Utami & Hidayat.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.

Yani, Ahmad, Rusno, dan Iva Nurdiana Nurfarida. 2020. “Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Kaowa Koffie Wajak-Malang.” *Journal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)* 7 (2): 1–5. <http://ejournal.unikama.ac.id>.