

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel AR Jaya motor di Kabupaten Tuban. Data diambil dengan menggunakan dokumentasi dan kuesioner kemudian dilakukan uji instrumen dan asumsi klasik dan dianalisis menggunakan uji linier multipel dengan bantuan program SPSS. Berdasarkan hasil uji linier multipel memiliki koefisien regresi X_1 yang berjumlah 0,176. X_2 berjumlah 0,068, dan X_3 berjumlah 0,283. Melalui uji t dapat diketahui hasil nilai variabel kualitas pelayanan sebesar $t_{hitung}=2,167$ dengan nilai sig. 0,018, harga $t_{hitung}=0,539$ dengan nilai sig. 0,594, dan kepuasan pelanggan $t_{hitung}=5,436$ dengan nilai sig. 0,000. Sedangkan melalui uji f dapat diketahui hasil nilai variable kualitas pelayanan, harga dan lokasi sebesar $f_{hitung}= 14,935$ dengan nilai sig 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, dan lokasi secara parsial berpengaruh signifikan, sedangkan variable harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dan variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: kualitas pelayanan, harga, lokasi, kepuasan pelanggan

ABSTRAK

The research aims to analyze service quality, price and location to customer satisfaction at AR Jaya motor workshops in Tuban Regency. Data was taken using documentation and questionnaires and then tested the classical instruments and assumptions and analyzed using multiple linear tests with the help of the SPSS program. Based on the results of multiple linear tests have regression coefficients X1 which amount to, 0.176. X2 is 0.068, and X3 is 0.283. Through the t test, it can be seen that the value of the service quality variable is $t_{count} = 2.167$ with the sig value. 0.018, the price of $t_{count} = 0.539$ with the value of sig. 0.594, and customer satisfaction $t_{count} = 5.436$ with the value of sig. 0,000. While through the f test it can be seen the results of the variable value of service quality, price and location of $f_{count} = 14,935$ with a value of sig 0,000. So that it can be concluded that the service quality and location variables partially have a significant effect, while the price variable does not partially influence customer satisfaction and the service quality, price and location variables simultaneously influence customer satisfaction

Keywords: *Service Quality, price, Location, Customer Satisfaction*