

***SERVICE QUALITY AND LOCATION AFFECT CUSTOMER SATISFACTION  
AT THE ORBIET LAHAT MOTORCYCLE WORKSHOP***

**KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI (*LOCATION*) MEMPENGARUHI  
KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL MOTOR ORBIET LAHAT**

**Hestin<sup>1</sup>, Mujari<sup>2</sup>, Kasinem<sup>3</sup>, Dini Pratiwi<sup>4</sup>**

Universitas Serelo Lahat (UNSELA), Sumatera Selatan<sup>1,2,3,4</sup>

**ABSTRACT**

*Technology brings humans into individuals who prioritize practicality in carrying out their various activities. In terms of transportation, motorbikes have become part of the life of modern Indonesia society as a technology that makes it easy to carry out all daily activities for their use. This back ground of consumer desires certainly motivates the transportation industry in the face of competition. Service motor bikes is one of the areas of prioritizing service quality in its activities. Location is no less important in influencing costomer satisfaction. The data collection method used in this research is literature study, which is a method used to obtain theoretical power related to the problems discussed. Then field study is a method used to obtain theoretical date related to te problems discussed. Then field studies, namely interviews observations related to the problem under study. To get the data iclass method. The analysis used in this study is qualitative, namely comparing the existing theories between service quality and location affecting. Costomer satisfaction at the orbiet lahat motorcycle repair shop and quantitative analysis, namely data analysis using multiple linear regression statistics with the equation Yes :  $b1X1 + b2X2$ . Based on the results of the research tht has been carried out at the lahat orbict workshop and the result of the analysis of service quality and location affecting consumer satisfaction at the lahat orbiet workshop, the following conclusions can be drawn : in the t test, it was found that there was a significant effect of the service quality variable (X1) affecting costomer satisfaction at bad boy workshop. Also the location variable affects consumer satisfaction. In the F test, it was found that there was a linear relationship between service quality (X1) and location (X2). Of the three factors, namely service quality, location is equally dominant in influencing consumer satisfaction at the orbiet lahat motorcycle repair shop.*

**Keywords:** *Service Quality, Location, Costumer Satisfaction*

**ABSTRAK**

Tehnologi membawa manusia menjadi individu yang sangat mengutamakan kepraktisan dalam menjalankan berbagai kegiatannya. Dalam hal transportasi, sepeda motor telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat modern Indonesia sebagai sebuah teknologi yang memberikan kemudahan melaksanakan semua kegiatan sehari-hari bagi penggunanya. Berlatar belakang keinginan konsumen tersebut tentunya memotivasi industri transportasi dalam persaingan. Service sepeda motor merupakan salah satu bidang jasa mengutamakan kualitas pelayanan dalam kegiatannya. Lokasi juga tak kalah pentingnya mempengaruhi kepuasan konsumen. Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi Pustaka yaitu suatu metode yang digunakan untuk mendapatkan data yang bersifat teoritis yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas. Kemudian studi lapangan yaitu wawancara, observasi, yang berhubungan masalah yang diteliti. Untuk mendapatkan data yang jelas. Metode Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yaitu membandingkan antara teori yang ada antara kualitas pelayanan dan lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen pada bengkel sepeda motor orbiet lahat dan Analisa kuantitatif yaitu Analisa data dengan menggunakan rumus statistic regresi linier berganda dengan persamaan  $Y = a + b1X1 + b2X2$ . Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada bengkel orbiet lahat dan hasil Analisa tentang kualitas pelayanan dan lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen pada bengkel orbiet lahat dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : pada uji t didapat ada pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas pelayanan (X1) mempengaruhi kepuasan konsumen pada bengkel orbiet lahat. Juga pada variabel lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen. Pada uji F didapat ada hubungan secara linier antara kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2) secara Bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari ketiga faktor yaitu kualitas pelayanan, lokasi sama-sama dominan mempengaruhi kepuasan konsumen pada bengkel sepeda motor orbiet lahat.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Konsumen

## PENDAHULUAN

Dalam menghadapi persaingan ketat di era globalisasi ini. Salah satunya usaha bengkel motor orbiet yang bergerak dibidang jasa. Banyak cara yang bisa dicapai oleh usaha bengkel untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Dalam dunia pemasaran, konsumen merupakan hal yang perlu diperhatikan, jika suatu usaha atau perdagangan tidak memiliki konsumen, maka akan sia-sia barang tersebut diperdagangkan. Sehingga untuk mengubah pandangan tersebut di mata pengguna jasa, maka usaha bengkel motor orbiet yang telah berdiri sejak tahun 2013 menyediakan jasa service motor. Semakin banyaknya persaingan ketat di kabupaten lahat yang menyediakan jasa service motor, maka dalam menarik konsumen pemilik bisnis berusaha sebaik mungkin memberikan segala yang terbaik untuk memenuhi kepuasan konsumennya.

Kepuasan Konsumen menurut Daryanto (2013: 284) adalah penilaian bahwa fitur produk atau jasa itu sendiri yang memberikan tingkat pemenuhan berkaitan dengan konsumsi yang menyenangkan. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan bagian dari pengalaman konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Bukan hanya kualitas pelayanan tetapi lokasi pun termasuk pula dalam menentukan kepuasan konsumen. Karena lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan dimasa depan. Lokasi atau tempat yang dipilih harus mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha. Lokasi (*Location*), yaitu berbagai kegiatan usaha untuk membuat produk yang dihasilkan/dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. (Kotler dan Armstrong, 2011: 92). Lokasi berperan penting dalam melakukan usaha, oleh karena itu berkaitan dengan

dekatnya lokasi usaha dengan pusat keramaian, mudah dijangkau, aman pada umumnya lebih disukai konsumen.

Kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam sebuah bisnis untuk meraih sukses. Seperti yang terjadi di bengkel motor orbiet lahat terjadinya ketidaknyamanan konsumen dikarenakan kualitas pelayanan yang tidak memuaskan dan lokasi yang kurang strategis sehingga konsumen merasa tidak nyaman. Lebih penting lagi adalah bahwa kepuasan konsumen menjadi dasar bagi bisnis tersebut untuk tetap bertahan dan terus berkembang. Kepuasan konsumen tergantung pada variabel kualitas pelayanan dan variabel lokasi. Hal ini harus diperhatikan oleh usaha bengkel dengan menganalisis keluhan-keluhan konsumen dan pihak usaha bengkel juga harus mampu memahami keinginan-keinginan konsumennya serta mempelajari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan para konsumennya.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian diskriptif kuantitatif, yaitu suatu penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data yang aktual dan akurat, menggambarkan dan menganalisa data tersebut yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti selanjutnya dari hasil analisis di tarik suatu kesimpulan. Penelitian ini mengukur tentang kepuasan konsumen yang ditinjau dari kualitas pelayanan dan lokasi pada bengkel motor orbiet lahat.

### Uji Asumsi Klasik

**Uji Normalitas.** Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal tidaknya distribusi data. **Uji heteroskedastisitas,** Uji heteroskedastisitas adalah mengkorelasikan nilai residual dengan masing-masing variabel independen,

dengan ketentuan jika signifikan korelasi <0.05, maka model menjadi masalah heteroskedastisitas.

**Uji Multikolinieritas**, Uji Multikolinieritas berkenaan dengan adanya hubungan kuat linear diantara variabel regresi.

**Uji Analisis Statistik Data**

**Analisis Statistik Deskriptif**, Suatu analisis yang menggambarkan tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>), dan lokasi (X<sub>2</sub>) terhadap kepuasan konsumen (Y) yang diperoleh dari hasil jawaban responden. **Analisis Statistik Inferensial**, Menurut sugiono (2013: 148) adalah metode analisis yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diperlukan untuk populasi.

**Regresi Linear Berganda**, Regresi ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. **Koefisien Determinasi**, Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dalam prosentase.

**Uji Parsial (Uji t)**, Uji parsial untuk mengetahui signifikan ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variable terikat secara parsial atau sendiri-sendiri, sehingga sudah bisa diketahui apakah dugaan yang sudah ada dapat diterima atau ditolak. **Uji simultan (F)**, Uji F digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) dan Lokasi (X<sub>2</sub>) secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

**HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN**

**Analisis Regresi Linier**

**Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>		T	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		

1		B	Std. Error	Beta		
		(Constant)	5,631	2,693		2,091
	Kualitas Pelayanan	,096	,197	,085	,486	,629
	Lokasi	,766	,178	,753	4,299	,000

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
 Sumber : SPSS 22.0

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas menggunakan SPSS seperti yang telah disajikan pada tabel diatas, persamaan regresi yang didapat adalah :

$$Y = 5,631 + 0,96X_1 - 0,766X_2 + e$$

Persamaan tersebut dapat disimpulkan bila tanpa adanya variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>), variabel Lokasi (X<sub>2</sub>) maka nilai Kepuasan Konsumen sebesar 5,631.

a = Nilai koefisien 5,631 menunjukkan dengan Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>), dan Lokasi (X<sub>2</sub>), maka besarnya Kepuasan Konsumen sebesar 5,631.

X<sub>1</sub> = Nilai koefisien + 0,96, tanda (+) menunjukkan hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen adalah positif atau jika variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) dinaikkan 1% sementara variabel Lokasi (X<sub>2</sub>) konstan, maka Kualitas Pelayanan naik sebesar 33,1%

X<sub>2</sub> = Nilai koefisien +0,766, tanda (+) menunjukkan hubungan Lokasi dengan Kepuasan Konsumen adalah positif atau jika variabel Lokasi (X<sub>2</sub>) diturunkan sebesar 1% sementara variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) konstan, maka Kepuasan Konsumen akan turun sebesar 93,6%.

**1. Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,833 <sup>a</sup>	,694	,686	1,971

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan  
 b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : SPSS 22.0

Besarnya nilai koefisien determinasi (r<sup>2</sup>) berdasarkan tabel pengolahan data SPSS 22.0 diatas sebesar 0,686 artinya pengaruh variabel Kepuasan Konsumen di Bengkel Motor Orbiet Lahat dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan dan lokasi dengan kontribusi 89,1% sedangkan

sisanya sebesar 10,9% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

**2. Uji t ( Parsial):**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,631	2,293		2,091	,040
Kualitas Pelayanan	,096	,197	,085	,486	,629
Lokasi	,766	,178	,753	4,299	,000

Sumber : SPSS 22.0

Dari tabel diatas dapat dijelaskan hipotesis variabel penelitian ini, yaitu sebagai berikut, Pengujian hipotesis pertama (H<sub>1</sub>) antara variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) dengan variabel Kepuasan Konsumen (Y) ,Nilai t<sub>tabel</sub> dengan tingkat signifikan 5% dan *degrees of freedom* (df) dengan dk pembilang 2 dan dk penyebut 86, maka t<sub>tabel</sub> adalah 1,663.

**Uji Normalitas Data**

**3. Hasil Pengujian Normalitas Data**

	Tests of Normality					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Kualitas Pelayanan	,119	86	,064	,974	86	,303
Lokasi	,099	86	,200 <sup>*</sup>	,975	86	,351
Kepuasan Konsumen	,112	86	,133	,983	86	,652

Sumber : SPSS 22.0

Dari hasil Perhitungan SPSS 22.0 pada penelitian ini, normalitas data dipenuhi jika hasil uji tidak signifikan untuk suatu taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05 pada variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) taraf signifikan lebih besar ( $0,64 > 0,05$ ) dengan demikian, data berasal dari populasi yang berdistribusi normal, variabel Lokasi (X<sub>2</sub>) taraf signifikannya lebih besar ( $0,200 > 0,05$ ) data berasal dari populasi yang berdistribusi normal dan variabel Kepuasan Konsumen (Y) taraf signifikannya lebih besar ( $0,133 > 0,05$ ) data berasal dari populasi berdistribusi normal.

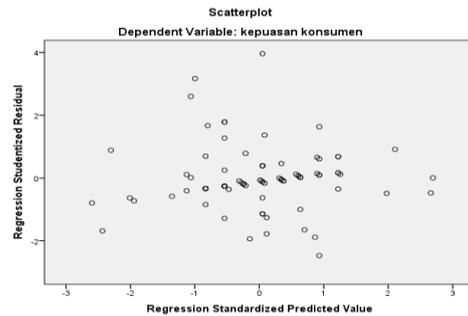
**Uji Multikolinearitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	5,631	2,693		2,091	,040	
Kualitas Pelayanan	,096	,197	,085	,486	,629	8,304
Lokasi	,766	,178	,753	4,299	,000	8,304

Sumber : SPSS 22.0

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai VIF Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) adalah 8,304, VIF Lokasi (X<sub>2</sub>) adalah 8,304. Semuanya lebih kecil dari 10 sehingga tidak ada masalah multikolonieritas dan nilai tolerencenya semua diatas 0,10 yaitu 0,120.

**Uji Heteroskedastisitas**



**Gambar Pengujian Heteroskedastisitas**

Sumber : SPSS 22.0

Dari gambar hasil pengujian heteroskedastisitas diatas, titik-titik yang menyebar secara acak tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol (0) pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas pada model regresi yang dibuat.

**Analisis Statistik Deskriptif**

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	86	30	48	39,01	3,127
Lokasi	86	30	48	38,81	3,459
Kepuasan Konsumen	86	29	47	39,09	3,520
valid N (listwise)	86				

Sumber : SPSS 22.0

Berdasarkan hasil SPSS yang dilakukan oleh peneliti, hasil analisis deskriptif pada variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) diperoleh nilai minimum

sebesar 30,00, nilai maksimum sebesar 48,00 dan nilai mean 39,01 dan nilai standar deviasi 3,127. Variabel Lokasi ( $X_2$ ) diperoleh nilai minimum sebesar 30,00, nilai maksimum sebesar 48,00 nilai mean 38,81 dan nilai standar deviasi 3,459. Dan nilai variabel Kepuasan Konsumen (Y) diperoleh nilai minimum 29,00 nilai maksimum sebesar 47,00, nilai mean sebesar 39,09 dan nilai standar deviasi sebesar 3,520.

### Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	730,656	2	365,328	93,993	,000 <sup>b</sup>
Residual	322,600	83	3,887		
Total	1053,256	85			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi

Sumber : SPSS 22.0

Uji hipotesis simultan dilakukan dengan membandingkan nilai  $f_{hitung}$  dengan nilai  $f_{tabel}$ . Nilai  $f_{hitung}$  dapat dilihat dari hasil pengolahan data bagian ANOVA. Nilai  $f_{tabel}$  dengan tingkat signifikan 5% dan diketahui pembilang 3 dan dk penyebut 86 adalah sebesar 3,887.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Sesuai dengan hasil analisis terhadap terhadap Keputusan data penelitian, dapat diambil beberap Konsumen (Y) kesimpulan sebagai berikut:

### Saran:

1. Berdasarkan hasil analisis data Kualitas Pelayanan persamaan regresi yang didapat adalah: berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian  
 $Y = 5,631 + 0,96X_1 - 0,766X_2$
2. Nilai  $T_{hitung}$  Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) maka dengan berpengaruhnya sebesar 0,961 dengan tingkat signifikan kualitas pelayanan terhadap sebesar dengan Tingkat signifikan sebesar keputusan

pembelian maka 0,629 (Pvalue <0,05), maka  $H_0$  ditolak sebaiknya lokasi juga menen-dan  $H_1$  diterima, berarti ada pengaruh tukan agar keputusan pem-yang signifikan dari variabel Kualitas belian merupakan pilihan Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan yang tepat. Lokasi sangat Konsumen (Y) pada Bengkel Orbiat menentukan Keputusan Lahat.

3. Nilai  $t_{hitung}$  Lokasi ( $X_2$ ) sebesar -0,766 pengaruhnya Lokasi dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 terhadap Keputusan (Pvalue > 0,05), maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  Pembelian diharapkan ditolak, berarti tidak ada pengaruh yang diperoleh laba yang di signifikan dari variabel Lokasi ( $X_2$ ) inginkan. terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Bengkel Orbiat Lahat.
4. Ada hubungan secara linier antara Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) secara bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh yang signifikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, H. J. (2012). Analisis Kepuasan spektif Syariah jurnal khatulistiwa Konsumen (Servqual Model LP2M IAIN Pontianak, 4 (1), 73-86 Import Performance Analysis dan Important Performance Analysis Model). Media Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto, 7 (I), 29587.
- Al Choir, F. (2020) Pelaksanaan Quality Control Produksi Untuk Mencapai Kualitas Produk Yang Meningkatkan (Studi Kasus PT. Gaya Indah Kha-Risma Tangerang). Jurnal Pemasaran Kompetitif, I (4).
- Fatihudin, D, & Firmansyah, A. (2019) Pemasaran Jasa : (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan). Deepublish.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualifikasi Marketing Mix dalam Per-