

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CUCIAN MOBIL *POINT ART* KUNCIRAN INDAH KOTA TANGERANG

Viosy Erlanda Ramadhani¹, Amirudin, S.E., M.M.²

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email: viosy2911@gmail.com¹, dosen02271@unpam.ac.id²

ABSTRACT

Purpose. *This study aims to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction at Point Art Kunciran Indah Car Wash, Tangerang City.*

Methods. *The research method used in this research is quantitative method. The sampling technique is to use probability sampling or random sampling. the population in this study were 19,258 consumers in the 2023 consumer count data. The sample technique used the slovin formula and obtained a sample of 100 respondents. Data analysis using validity test, reliability test, classical assumption test, regression analysis, correlation coefficient, coefficient of determination and hypothesis testing.*

Findings. *There is a value of $T_{count} > T_{table}$ or $9.442 > 1.984$ and a probability significance level of $sig\ 0.000 < 0.05$, the coefficient of determination shows that service quality (X1) contributes to consumer satisfaction (Y) by 47.6%. There is a significant and significant influence of price (X2) on consumer satisfaction (Y) at Point Art Kunciran Indah Car Wash, Tangerang City. with a value of $T_{count} > T_{table}$ or $12,074 > 1.984$ and a significance level of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination shows that price (X2) contributes to consumer satisfaction (Y) by 59.8%.*

Implications. *Service quality and price influence consumer satisfaction, so the implication of this research is to increase consumer satisfaction through improving service quality and setting prices to be more competitive so as to increase consumer satisfaction.*

Keywords. *Service quality; Price; Customer satisfaction*

ABSTRAK

Tujuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cucian Mobil *Point Art* Kunciran Indah Kota Tangerang.

Metode. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan *probability sampling* atau *random sampling*. populasi dalam penelitian ini adalah 19.258 konsumen pada data jumlah konsumen tahun 2023. Teknik sampel menggunakan rumus slovin dan diperoleh sampel berjumlah 100 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Hasil. Terdapat nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $9,442 > 1,984$ dan tingkat signifikansi probabilitas $sig\ 0,000 < 0,05$, koefisien determinasi menunjukkan kualitas pelayanan (X1) memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 47,6%. Terdapat pengaruh dan signifikan harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Cucian Mobil *Point Art* Kunciran Indah Kota Tangerang. dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $12,074 > 1,984$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Koefisien

determinasi menunjukan harga (X2) memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 59,8%.

Implikasi. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen maka implikasi penelitian ini adalah untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui peningkatan kualitas pelayanan serta penetapan harga agar lebih kompetitif sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata Kunci. Kualitas Pelayanan; Harga; Kepuasan Konsumen

1. Pendahuluan

Di era modern ini, meningkatnya kesibukan masyarakat membuat sektor jasa, termasuk jasa cuci mobil, semakin berkembang sebagai solusi untuk menjaga kebersihan kendaraan secara cepat dan praktis. Dengan banyaknya pesaing, baik dalam bentuk jasa cuci mobil manual maupun otomatis, perusahaan harus fokus pada memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen untuk tetap bersaing. Kualitas pelayanan menjadi kunci utama dalam memenangkan hati pembeli, karena konsumen dianggap sebagai pihak yang istimewa dan harus dilayani dengan baik agar perusahaan dapat terus bertahan dan berkembang.

Menurut Lewis & Booms (2018), kualitas layanan diukur dari sejauh mana layanan yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen. Kotler dan Armstrong (2019:09) mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang yang dikorbankan untuk mendapatkan manfaat atau kepemilikan produk atau jasa. Dengan demikian, pelayanan yang baik dan harga yang sesuai keinginan konsumen dapat meningkatkan kepuasan mereka. Fadhlil & Pratiwi (2021:606) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah alasan utama mereka dalam memilih tempat belanja. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dan harga yang tepat tidak hanya mempengaruhi kepuasan konsumen tetapi juga berpotensi membangun hubungan jangka panjang yang positif dengan perusahaan, seperti pada usaha cuci mobil.

Point Art, yang merupakan bagian dari perusahaan Gambaru dan berdiri sejak 2019, adalah usaha cuci mobil yang berlokasi di Kunciran Indah, Kecamatan Pinang, Kota Tangerang. Meskipun Point Art menyediakan layanan cuci mobil, perusahaan ini menghadapi persaingan ketat dari banyak kompetitor yang menawarkan layanan serupa dan berbagai inovasi. Data dari Point Art menunjukkan penurunan jumlah konsumen setiap tahunnya, sehingga penurunan tersebut memicu perlunya penelitian lebih lanjut mengenai kondisi ini.

Berdasarkan data menunjukkan penurunan jumlah konsumen di Point Art dari tahun 2021 hingga 2023, dengan jumlah konsumen menurun dari 23.140 pada 2021 menjadi 19.258 pada 2023. Penurunan ini terjadi setelah pandemi COVID-19, di mana pada tahun 2022 jumlah konsumen turun menjadi 21.503 akibat meningkatnya kompetitor. Kepuasan konsumen juga menurun signifikan, dari 10.559 pada 2021 menjadi 5.356 pada 2023, menunjukkan bahwa banyak konsumen memilih kompetitor yang menawarkan kepuasan lebih baik. Penurunan kepuasan ini dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang menurun, yang merupakan faktor penting dalam menarik dan mempertahankan konsumen.

Selama tiga tahun terakhir, jumlah keluhan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Point Art meningkat dari 12.581 pada 2021 menjadi 13.902 pada 2023. Peningkatan keluhan ini berdampak negatif pada kepuasan konsumen, yang dipengaruhi oleh referensi dari media sosial dan situs web mengenai kualitas pelayanan. Selain kualitas, harga juga berperan penting dalam kepuasan konsumen; harga Point Art yang lebih tinggi dibandingkan kompetitor seperti Yellow Carwash dan Point Carwash membuat konsumen cenderung beralih ke layanan yang lebih murah. Oleh karena itu, penetapan harga yang sesuai dengan pangsa pasar sangat penting untuk menarik dan mempertahankan konsumen serta mempengaruhi pendapatan perusahaan.

Berdasarkan data menunjukkan bahwa Point Art tidak berhasil mencapai target jumlah pembelian tahunan dari 2021 hingga 2023, dengan pencapaian target menurun dari 93% pada 2021 menjadi 79% pada 2023. Penurunan ini menjadi tantangan bagi Point Art untuk meraih target yang ditetapkan dan bersaing di pasar. Untuk mengatasi penurunan penjualan, Point Art perlu merencanakan strategi pemasaran yang efektif, termasuk meningkatkan kualitas pelayanan dan menawarkan harga yang terjangkau agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan pendapatan perusahaan. Berdasarkan uraian di atas peneliti memiliki keinginan untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cucian Mobil *Point Art* "

2. Kajian Pustaka dan Hipotesis

kualitas Pelayanan

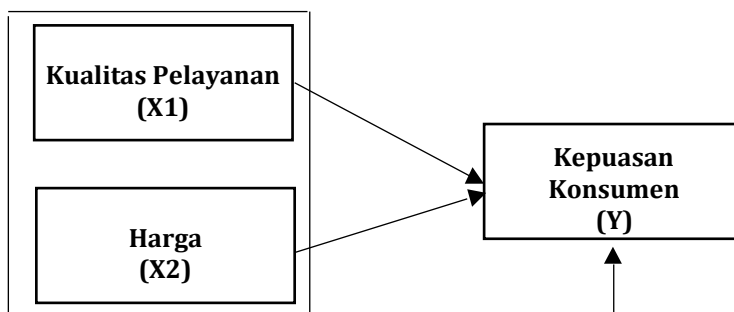
Menurut Tjiptono (2019:59) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Menurut Musfar (2020:53) kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan.

Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2018:324), mendefinisikan bahwasannya “Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan ataupun penggunaan atas sebuah produk maupun jasa”. Menurut Alma (2016:159), mengatakan bahwa dalam teori ekonomi, pengertian harga, nilai dan utility ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*) dan memuaskan konsumen (*satisfaction*). Terdapatnya value yang merupakan nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yakni pertukaran antara barang dengan barang. Sekarang ini ekonomi kita tidak melakukan barter lagi, akan tetapi sudah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga.

Kepuasan Konsumen

Menurut Priansa (2017:196), menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau dikonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian (Prasetyo, et al., 2022).



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:213) "hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan". Dengan demikian hipotesis penelitian dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul dan harus diuji secara empiris.

- | | |
|--------------------|--|
| H01 : $\rho_1 = 0$ | Diduga tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cucian Mobil <i>Point Art</i> Kunciran Indah Kota Tangerang. |
| Ha1 : $\rho_1 = 0$ | Diduga terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cucian Mobil <i>Point Art</i> Kunciran Indah Kota Tangerang. |
| H02 : $\rho_2 = 0$ | Diduga tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada Cucian Mobil <i>Point Art</i> Kunciran Indah Kota Tangerang. |
| Ha2 : $\rho_2 = 0$ | Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada Cucian Mobil <i>Point Art</i> Kunciran Indah Kota Tangerang. |
| H03 : $\rho_3 = 0$ | Diduga tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan harga |

terhadap kepuasan konsumen pada Cucian Mobil *Point Art* Kunci Indah Kota Tangerang.

Ha3 : $\rho_3 = 0$ Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Cucian Mobil *Point Art* Kunci Indah Kota Tangerang.

3. Metode Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain asosiatif. Desain asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. (Sugiyono, 2018:65). Variabel bebas (*independent*) yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: kualitas pelayanan (X1), dan harga (X2). Sedangkan variabel terikat (*dependent*) yang digunakan adalah kepuasan konsumen (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 19.258 konsumen pada data jumlah konsumen tahun 2023, teknik sampel yang digunakan yaitu ditentukan dengan rumus Slovin sejumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuesioner. Salah satu skala yang umum dipakai dalam penyusunan kuesioner adalah Skala *Likert*, yaitu skala yang berisi lima tingkat jawaban yang disusun dalam bentuk suatu pernyataan dan diikuti oleh lima respon yang menunjukkan tingkatan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Linier Berganda. Teknik analisis ini digunakan karena berdasarkan paradigma yang diduga tidak ada keterkaitan atau korelasi antar variabel bebas. Sebelum data diolah ke analisis regresi linier berganda, terlebih dahulu diuji dengan pengujian asumsi klasik, karena syarat untuk analisis regresi linier berganda adalah bebas dari asumsi-asumsi klasik. Regresi linier berganda digunakan untuk memproyeksikan pengaruh dan hubungan terhadap variabel Y.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan				
1	Butir Pernyataan 1	0,285	0,196	Valid
2	Butir Pernyataan 2	0,466	0,196	Valid
3	Butir Pernyataan 3	0,523	0,196	Valid
4	Butir Pernyataan 4	0,570	0,196	Valid
5	Butir Pernyataan 5	0,430	0,196	Valid
6	Butir Pernyataan 6	0,494	0,196	Valid
7	Butir Pernyataan 7	0,537	0,196	Valid
8	Butir Pernyataan 8	0,469	0,196	Valid
9	Butir Pernyataan 9	0,498	0,196	Valid
10	Butir Pernyataan 10	0,454	0,196	Valid
Harga				
1	Butir Pernyataan 1	0,450	0,196	Valid
2	Butir Pernyataan 2	0,582	0,196	Valid
3	Butir Pernyataan 3	0,490	0,196	Valid
4	Butir Pernyataan 4	0,367	0,196	Valid
5	Butir Pernyataan 5	0,554	0,196	Valid
6	Butir Pernyataan 6	0,454	0,196	Valid
7	Butir Pernyataan 7	0,432	0,196	Valid
8	Butir Pernyataan 8	0,445	0,196	Valid
9	Butir Pernyataan 9	0,520	0,196	Valid
10	Butir Pernyataan 10	0,450	0,196	Valid
Kepuasan Konsumen				
1	Butir Pernyataan 1	0,413	0,196	Valid
2	Butir Pernyataan 2	0,574	0,196	Valid
3	Butir Pernyataan 3	0,569	0,196	Valid
4	Butir Pernyataan 4	0,610	0,196	Valid
5	Butir Pernyataan 5	0,587	0,196	Valid
6	Butir Pernyataan 6	0,528	0,196	Valid
7	Butir Pernyataan 7	0,587	0,196	Valid

8	Butir Pernyataan 8	0,622	0,196	Valid
9	Butir Pernyataan 9	0,524	0,196	Valid
10	Butir Pernyataan 10	0,609	0,196	Valid

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan data tabel di atas, dapat dilihat bahwa dari 30 butir pernyataan dinyatakan valid, hal ini dibuktikan dengan semua item-item pernyataan memiliki nilai rhitung > rtabel 0,1966 Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Alpha	Keputusan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,619	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,607	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,759	0,60	Reliabel

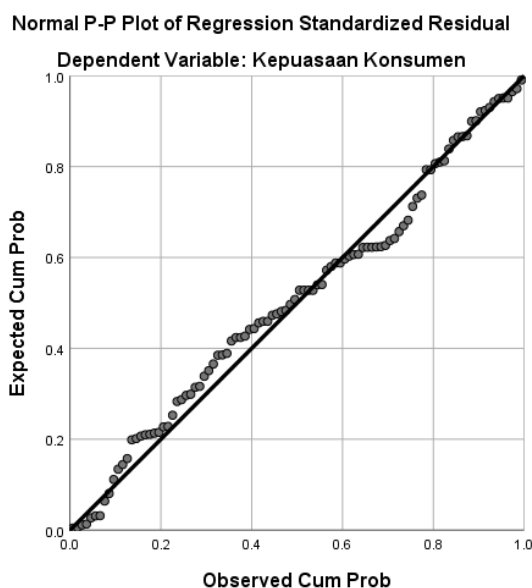
Sumber : Data diolah (2024)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, menunjukkan bahwa Ketiga variabel tersebut memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 yang berarti reliabel atau memenuhi persyaratan.

Uji Asumsi Klasik Uji

Normalitas

Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Untuk mengetahui bentuk distribusi data, bisa dilakukan dengan grafik distribusi dan analisis statistik.



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, tahun 2024

Gambar 2 Uji Normalitas P-P Plot

Seperti terlihat gambar di atas, grafik *plot probabilitas* normal dari sebaran data membentang sepanjang garis diagonal yang sudah ada. Oleh karena itu, asumsi normalitas dapat dikatakan terpenuhi oleh model regresi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Pengujian Multikolinearitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients B Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance VIF
-------	---	-----------------------------------	---	------	--

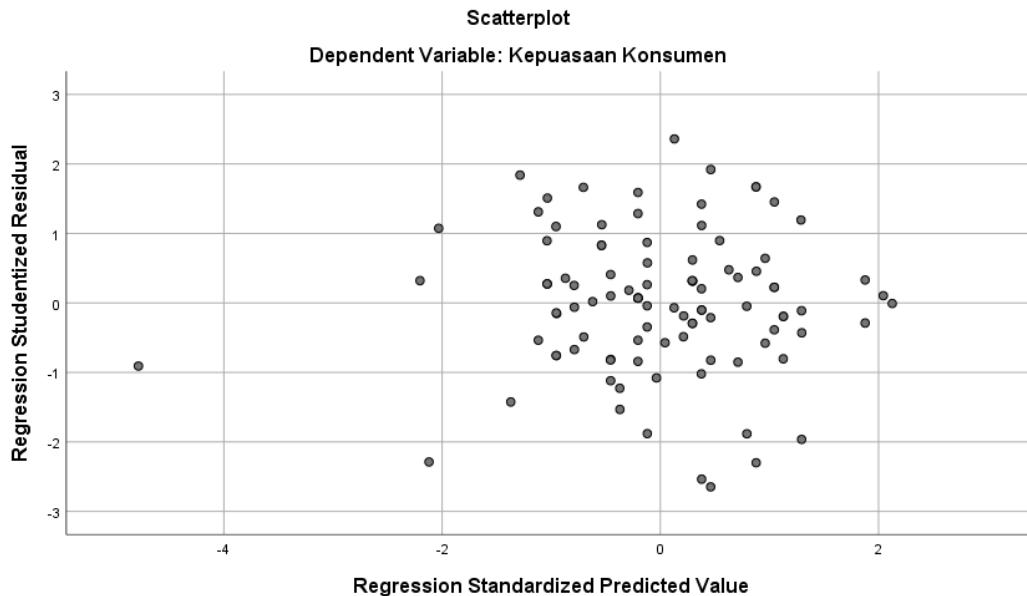
1 (Constant)	-4,211	3,417	-	,221		
			1,232			
Kualitas Pelayanan	,368	,104	,297	3,534	,001	,520 1,923
Harga	,731	,108	,568	6,755	,000	,520 1,923

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: data output yang diolah, 2024

Dari tabel di atas dapat diketahui nilai VIF 1,923 < 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data output yang diolah, 2024

Gambar 3 Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar di atas menunjukkan bahwa titik-titik tersebut tersebar secara acak dan tidak membentuk pola yang teratur. Dengan demikian, dapat dikatakan permasalahan heteroskedastisitas penelitian ini tidak bermasalah.

Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Hasil Pengujian Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4,211	3,417		-	,221
				1,232	
Kualitas Pelayanan	,368	,104	,297	3,534	,001
Harga	,731	,108	,568	6,755	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : Data diolah (2024)

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = -4,211 + 0,368X_1 + 0,731X_2$. Adapun interpretasi Nilai Konstanta -4,211 menyatakan Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) tetap (tidak mengalami perubahan) maka nilai konsistensi Kepuasan Konsumen (Y) sebesar -4,211 point. Nilai regresi Kualitas Pelayanan 0,368 menyatakan jika Kualitas Pelayanan (X_1) bertambah, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,368 point, dengan asumsi tidak ada penambahan (konstan) nilai Harga (X_2). Nilai regresi Harga 0,731 menyatakan jika harga (X_2) bertambah, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,731 point, dengan asumsi tidak ada penambahan (konstan) nilai Kualitas Pelayanan (X_1).

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 5. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,802 ^a	,644	,637	3,30775

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : Data diolah (2024)

Nilai R Square menghasilkan nilai 0.644. berdasarkan pengujian di atas menunjukan variabel Kepuasan Konsumen dipengaruhi variabel Kualitas Pelayanan dan harga secara bersama-sama sebesar 64,4% Sedangkan sisanya 35,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji T Parsial

Tabel 6. Hasil Pengujian T Parsial

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5,820	3,712		1,568
	Kualitas Pelayanan	,856	,091	,690	9,442
	Harga	,996	,083	,773	12,074

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah (2024)

Berdasarkan hasil diatas, diperoleh kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai thitung > ttabel (9,442 > 1,984) dan nilai signifikansinya (0,000 < 0,05) maka hasil hipotesis Ho ditolak dan Ha diterima, hal ini menunjukkan kuatnya korelasi variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan variabel Harga (X2) Nilai thitung > ttabel (12,074 > 1,984) dan nilai signifikasinya (0,000 < 0,05) maka hasil hipotesis Ho ditolak dan Ha diterima, hal ini menunjukkan kuatnya korelasi variabel harga terhadap kepuasan konsumen.

Uji F Simultan

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1918,814	2	959,407	87,688	,000 ^b
Residual	1061,296	97	10,941		
Total	2980,110	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data diolah (2024)

Nilai Fhitung > Ftabel atau (87,688 > 3,09), hal ini juga diperkuat dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian maka Ho3 ditolak Ha3 diterima menunjukan kuatnya harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara bersama- sama (simultan).

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Nilai persamaan regresi $Y = 5,820 + 0,856 X_1$. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,690 artinya kedua variabel memiliki tingkatan hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 47,6%. Uji hipotesis diperoleh hasil thitung > ttabel (9,442 > 1,984) serta memiliki nilai sig < 0,05 (0,000 < 0,05), artinya Ha1 diterima dengan kata lain bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Nilai persamaan regresi $Y = -0,050 + 0,996 X_2$. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,773 artinya kedua variabel memiliki tingkatan hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 59,8%. Uji hipotesis diperoleh hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($12,074 > 1,984$) serta memiliki nilai $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$), artinya H_{a2} diterima hal ini menyatakan bahwa harga berpengaruh besar terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil secara simultan diperoleh persamaan regresi $Y = -4,211 + 0,368X_1 + 0,731X_2$, nilai koefisien korelasi atau tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,802 artinya memiliki hubungan yang sangat kuat, nilai koefisien determinasi 0,644 atau kontribusi pengaruhnya secara simultan sebesar 64,4% sedangkan sisanya sebesar 35,6% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh Hasil $t_{hitung} > F_{tabel}$ ($87,688 > 3,09$) serta memiliki nilai $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$), artinya H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak

5. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengamatan langsung peneliti dalam proses ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang yaitu Penelitian hanya berfokus pada Kepuasan Konsumen Cucian Mobil *Point Art* Kunciran Indah kota Tangerang. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen dalam penelitian ini hanya terdiri dari dua variabel, yaitu Kualitas Pelayanan dan Harga, sedangkan masih banyak faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh sampel tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya

6. Kesimpulan

Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cucian Mobil *Point Art* Kunciran Indah Kota Tangerang. Dimana diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,442 > 1,984$) dan signifikan $< 0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan nilai korelasi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,690 masuk dalam interpretasi 0,60 – 0,799 dengan tingkat hubungan kuat. Dan dibuktikan juga dengan hasil koefisien determinasi R^2 0,476 artinya kualitas pelayanan memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen sebesar 47,6% sedangkan sisanya 52,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Cucian Mobil *Point Art* Kunciran Indah Kota Tangerang. Dimana diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($12,074 > 1,984$) dan signifikan $< 0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan nilai korelasi variabel harga sebesar 0,773 masuk dalam interpretasi 0,60 – 0,799 dengan tingkat hubungan yang kuat. Dan dibuktikan juga dengan hasil koefisien determinasi R^2 0,598 artinya harga memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen 59,8% sedangkan sisanya 40,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Cucian Mobil *Point Art* Kunciran Indah Kota Tangerang. Dimana diperoleh nilai $t_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($87,688 > 3,09$) dan signifikan $< 0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Adapun nilai korelasi variabel kualitas pelayanan dan harga sebesar 0,802 masuk dalam interpretasi 0,80 – 1,00 artinya bahwa tingkat ikatan antara kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen memiliki tingkat korelasi yang sangat kuat. dan dibuktikan juga dengan hasil koefisien determinasi R^2 sebesar 0,644 artinya kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen sebesar 64,4% sementara sisanya 35,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Daftar Pustaka

Sumber : Buku

- Alma, Bukhari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Cetakan ke-10. Bandung, Indonesia: Alfabeta
- Andi Supangat. 2015. Statistik Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, dan. Nonparametrik. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Andi Supangat. 2016. Statistik Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, dan. Nonparametrik. Jakarta :

Kencana Prenada Media Group.

- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi. Revisi VI. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2015. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi. Revisi VI. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Gani dan Siti Amalia, (2018). *Alat Analisis Data – Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*, Edisi 1, CV. Andi Offset.
- Ghozali, Imam, 2014. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2017. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran* Edisi ke 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Musfar, T. F.2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. CV Media Sains Indonesia. Bandung.
- Philip dan Gary Armstrong.(2019). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13.
- Priansa, D. J. (2017). Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media*. Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV.Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Edisi Terbaru. Andi Offset. Yogyakarta

Sumber : Jurnal

- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing , Kualitas Produk dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian* , 2(2). 603-612.
- Prasetyo, A. H., Rustamaji, D., & dkk. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Presepsi Harga dan Kemampuan Berkomunikasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Pt. Jne Babat Lamongan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol. 5 ,No. 1, 463-472.