

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SKRIPSI**PENGARUH PERSEPSI HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA *SERVICE* MOTOR DI KECAMATAN
BINA WIDYA, KOTA PEKANBARU
(STUDI KASUS AHASS MOTOR)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen (SM) Program Studi S1 Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

**DISUSUN OLEH :****RAYFANZA SYAPUTRA SYARIEFF****NIM. 12270115464**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
TAHUN 2026 M/1447 H**



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta
Nama
NIM
Program Studi
Fakultas
Judul Skripsi

: RAYFANZA SYAPUTRA SYARIEF
: 12270115464
: S1 Manajemen
: Ekonomi dan Ilmu Sosial
: PENGARUH PERSEPSI HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SERVICE MOTOR DI KECAMATAN BINAWIDYA, KOTA PEKANBARU (STUDI KASUS AHASS MOTOR)

Menyetujui
DOSEN PEMBIMBING

Ermansyah S.E, M.M
NIP. 198503282023211011

DEKAN



Dr. Desri Miftah, SE, MM, Ak
NIP. 19740412 200604 2 002

KETUA PROGRAM STUDI

Susnaningsih Mu'at, S.E, M.M., Ph.D
NIP. 197309092006042001

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ketua

Dr. Dony Martias, SE,MM
NIP. 19760306 200710 1004

Sekretaris

Ulfiah Novita, SE,M.Si
NIP. 198811292025212010

Penguji 1

Ainun Mardhiah, SE, MM
NIP. 197812032006042001

Penguji 2

Ermanah, SE., MM
NIP. 198503282023211011

: Rayfanza Syaputra Syarief
: 12270115464
: S1 Manajemen
: Ekonomi dan Ilmu Sosial
: Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap
Kepuasan Pelanggan pada Service Motor di Kecamatan Binawidya,
Kota Pekanbaru (Studi Kasus AHASS Motor)
: 9 Maret 2026

TIM PENGUJI

[Signature]
.....

[Signature]
.....

[Signature]
.....

[Signature]
.....

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



SURAT PERNYATAAN

Lampiran Surat :
 Tanggal : 23-Februari-2026

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rayfanza Syaputra Syarief
 NIM : 12270115464
 Tempat/Tgl. Lahim : 27 Januari 2004
 Fakultas/Pascasarjana : Ekonomi dan Ilmu Sosial
 Prodi : S1 Manajemen
 Judul Skripsi : "PENGARUH PERSEPSI HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SERVICE MOTOR DI KECAMATAN BINA WIDYA, KOTA PEKANBARU (STUDI KASUS AHASS MOTOR)"

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa .

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundangundangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 23 Februari 2026
 yang membuat pernyataan



Rayfanza Syaputra Syarief
NIM. 12270115464

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SERVICE MOTOR DI KECAMATAN BINAWIDYA, KOTA PEKANBARU (STUDI KASUS AHASS MOTOR)

Oleh :

RAYFANZA SYAPUTRA SYARIEF
12270115464

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada AHASS Motor di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru. Latar belakang penelitian ini adalah persaingan yang semakin ketat di industri jasa perawatan sepeda motor, sehingga pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan menjadi sangat penting bagi keberlangsungan usaha. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan rumus Lemeshow, dengan pengumpulan data melalui kuesioner berskala Likert, serta analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebaliknya, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan merupakan variabel yang paling dominan dalam penelitian ini. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebagian besar variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yang diteliti, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen AHASS Motor dalam meningkatkan kualitas layanan dan strategi pemasarannya.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, AHASS Motor

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, LOCATION, AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT MOTORCYCLE SERVICE CENTERS IN BINAWIDYA DISTRICT, PEKANBARU CITY (CASE STUDY OF AHASS MOTOR)

By :

RAYFANZA SYAPUTRA SYARIEF
12270115464

This study aims to analyze the effect of price perception, location, and service quality on customer satisfaction at AHASS Motor motorcycle service center in Binawidya District, Pekanbaru City. The background of this research is the increasingly intense competition in the motorcycle maintenance service industry, making an understanding of the factors influencing customer satisfaction critically important for business sustainability. This study employed a quantitative method with a survey approach. Respondents were selected using purposive sampling based on the Lemeshow formula, data were collected through Likert-scale questionnaires, and analyzed using multiple linear regression. The findings indicate that price perception has no significant effect on customer satisfaction. In contrast, location has a positive and significant effect on customer satisfaction. Service quality also has a positive and significant effect on customer satisfaction and is the most dominant variable in this study. Simultaneously, all three variables have a significant effect on customer satisfaction. The coefficient of determination shows that most of the variation in customer satisfaction can be explained by the three independent variables examined, while the remainder is attributable to other factors outside the model. This research is expected to serve as a consideration for AHASS Motor management in improving service quality and marketing strategies.

Keywords: Price Perception, Location, Service Quality, Customer Satisfaction, AHASS Motor

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "**Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Service Motor Di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru (Studi Kasus AHASS Motor)**". Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademis dalam menyelesaikan program studi S1 Manajemen guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dengan berterima kasih pada Allah SWT karya ku ini ku persembahkan kepada Ibunda tersayang Susi dan Ayah tercinta Hendri yang selalu setia menemani dan mendukung penulis dalam mencapai setiap impian penulis, yang tidak pernah bosan mendukung, menasehati, mendengar segala kesah hati, dan memberi peringatan agar selalu berjuang dan maju untuk meraih semua yang diinginkan serta mengingatkan untuk tetap menjaga ibadah dimanapun berada. Semoga segala cita-cita dan harapan anakmu bisa tercapai dan membuat kalian bahagia. Tidak lupa penulis juga berterima kasih kepada sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu memberi semangat untuk meraih impian dan cita-cita. Penelitian ini dibuat tentunya tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof Dr. Leny Nofianti, MS, SE, M.Si, Ak, CA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta seluruh jajaran pimpinan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di kampus tercinta ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Ibu Dr. Desrir Miftah, S.E, M.M, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan fasilitas dan kemudahan selama penulis menjalani perkuliahan.
3. Ibu Dr. Nurlasera, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Khairil Henry, S.E., M.Si., Ak Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Dr. Mustiqowati Ummul F, S.Pd., M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Ibu Susnaningsih Mu'at, S.E, M.M, Ph.D selaku Ketua Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan arahan dan motivasi kepada penulis selama menjalani perkuliahan.
7. Ibu Fitri Hidayati, S.E., M.M. selaku Sekretaris Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak/Ibu selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Bapak Ermansyah, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dengan penuh kesabaran dalam memberikan bimbingan, arahan, saran, dan motivasi yang sangat berharga kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
10. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan wawasan yang sangat bermanfaat kepada penulis selama menempuh pendidikan di kampus tercinta ini.
11. Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah membantu dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan kemudahan dalam pengurusan administrasi selama masa perkuliahan.

12. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Semoga segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih terdapat banyak kekurangan baik dari segi penulisan, sistematika, maupun analisis. Oleh karena itu, penulis dengan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri khususnya, serta bagi pembaca dan pihak-pihak yang memerlukan pada umumnya. Semoga Allah SWT senantiasa meridhoi setiap langkah kita dan memberikan keberkahan dalam setiap usaha kita. Aamiin Ya Rabbal 'Alamin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, 12-Februari-2026
Penulis,

RAYFANZA SYAPUTRA SYARIEF
12270115464

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	1
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	13
2.2 Persepsi Harga (<i>Price</i>)	13
2.3 Lokasi (<i>Location</i>).....	25
2.4 Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>).....	32
2.5 Pandangan Islam	36
2.6 Hubungan Antar Variabel	36
2.7 Penelitian Terdahulu	39
2.8 Kerangka Berpikir.....	42
2.9 Kerangka Konseptual	45
2.10 Operasional Tabel.....	46
2.11 Hipotesis	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Metode Penelitian.....	48
3.2 Jenis dan Sumber Data	48
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.4 Populasi dan Sampel	50
3.5 Metode Analisis Data.....	52
3.6 Uji Kualitas Data.....	52



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.7 Uji Asumsi Klasik	53
3.8 Uji Regresi Berganda	55
3.9 Uji Hipotesis	56
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	59
4.1 Gambaran Umum Kecamatan Binawidya.....	59
4.2 Gambaran Umum AHASS Motor di Kecamatan Binawidya	62
4.3 Relevansi Lokasi dengan Penelitian.....	64
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
5.1 Karakteristik Responden	66
5.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	70
5.3 Hasil Uji Kualitas Instrumen Penelitian.....	76
5.4 Uji Asumsi Klasik	80
5.5 Analisis Regresi Linear Berganda	84
5.6 Uji Hipotesis	86
5.7 Pembahasan.....	91
BAB VI PENUTUP	96
6.1 Kesimpulan	96
6.2 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	114
BIOGRAFI	134



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Kendaraan Bermotor di Kota Pekanbaru	2
Tabel 1.2	Jenis Layanan Service Motor	3
Tabel 1.3	Kisaran Harga Jasa Service Motor Honda di Bengkel Resmi AHASS.	4
Tabel 1.4	Daftar Bengkel Resmi AHASS di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	39
Tabel 2.2	Operasional Variabel.....	46
Tabel 4.1	Data Demografis Kecamatan Binawidya Tahun 2023	60
Tabel 5.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	67
Tabel 5.4	Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Service.....	68
Tabel 5.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Layanan Service	69
Tabel 5.6	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	71
Tabel 5.7	Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Harga	72
Tabel 5.8	Tanggapan Responden Terhadap Lokasi	74
Tabel 5.9	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	75
Tabel 5.10	Hasil Uji Validitas	77
Tabel 5.11	Hasil Uji Reliabilitas	79
Tabel 5.12	Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	80
Tabel 5.13	Hasil Uji Multikolinearitas.....	81
Tabel 5.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas - ANOVA.....	83
Tabel 5.15	Hasil Uji Heteroskedastisitas - Coefficients.....	83
Tabel 5.16	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	84
Tabel 5.17	Hasil Uji t (Parsial).....	87
Tabel 5.18	Hasil Uji F (Simultan).....	88
Tabel 5.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	90

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri jasa perbaikan dan perawatan sepeda motor di Indonesia berkembang pesat seiring meningkatnya jumlah pengguna kendaraan roda dua. Antara Foto (2024) mencatat penjualan sepeda motor periode Januari–September 2024 mencapai 4,87 juta unit atau naik 3,19 persen dibanding tahun sebelumnya. Sementara itu, Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) menargetkan penjualan sepeda motor pada tahun 2025 sebesar 6,7 juta unit, meningkat dari proyeksi akhir 2024 sebesar 6,5 juta unit Antara Foto (2024). Data ini mencerminkan pertumbuhan yang konsisten dalam industri sepeda motor Indonesia, sekaligus memperkuat posisi Indonesia sebagai pasar sepeda motor terbesar di Asia Tenggara dan membuka peluang besar bagi pelaku usaha di sektor perawatan dan perbaikan kendaraan.

Pertumbuhan industri ini didorong oleh meningkatnya kebutuhan mobilitas masyarakat Indonesia. Kepemilikan sepeda motor yang terus meningkat menciptakan peluang bisnis layanan *service* dan perawatan kendaraan yang semakin digandrungi oleh para pelaku usaha. Kondisi ini menciptakan momentum positif bagi industri jasa otomotif yang menyediakan layanan perawatan dan perbaikan sepeda motor. Sektor industri jasa, sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi yang stabil, telah menunjukkan kontribusi yang menguat terhadap perekonomian nasional (Indonesia.go.id, 2024).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kota Pekanbaru, sebagai ibu kota Provinsi Riau, memiliki populasi kendaraan bermotor yang terus meningkat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru (2024), jumlah sepeda motor di Kota Pekanbaru tercatat sebanyak 555.190 unit pada tahun 2023, dari total 690.080 unit kendaraan bermotor yang terdaftar. Tingginya populasi sepeda motor ini menciptakan kebutuhan akan pelayanan perawatan dan perbaikan yang berkualitas dan mudah diakses oleh masyarakat. Secara lebih rinci, distribusi kendaraan bermotor di setiap kecamatan di Kota Pekanbaru dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1 Jumlah Kendaraan Bermotor di Kota Pekanbaru

Kecamatan	Jumlah Kendaraan Bermotor yang Terdaftar di Kota Pekanbaru			
	Mobil Penumpang	Mobil Barang	Sepeda Motor	Total
	2023	2023	2023	2023
Payung Sekaki	8.245	1.420	42.350	52.015
Tuah Madani	9.630	1.685	48.720	60.035
Binawidya	9.120	1.550	46.280	56.950
Bukit Raya	14.520	2.340	68.450	85.310
Marpoyan Damai	19.450	3.120	95.680	118.250
Tenayan Raya	9.890	1.780	47.350	59.020
Kulim	5.770	980	28.120	34.870
Limapuluh	5.740	1.010	27.890	34.640
Sail	3.380	590	16.450	20.420
Pekanbaru Kota	1.840	310	8.920	11.070
Sukajadi	5.570	920	21.340	27.830
Senapelan	1.330	230	6.450	8.010
Rumbai	11.710	2.010	55.430	69.150
Rumbai Barat	4.330	720	18.290	23.340
Rumbai Pesisir	4.890	810	23.470	29.170
Kota Pekanbaru	115.415	19.475	555.190	690.080

Sumber Data: (BPS Kota Pekanbaru, 2024)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kota Pekanbaru, khususnya Kecamatan Binawidya, memiliki potensi besar dalam kajian perilaku konsumen jasa *service* motor. Sebagai wilayah dengan pertumbuhan ekonomi cepat dan kepadatan penduduk tinggi, Binawidya menjadi lokasi strategis bagi perkembangan industri jasa otomotif. Berdasarkan data pada Tabel 1.1, Kecamatan Binawidya tercatat memiliki 46.280 unit sepeda motor pada tahun 2023, mencerminkan tingginya konsentrasi pengguna. Sepeda motor tidak hanya berfungsi sebagai alat transportasi, tetapi juga membutuhkan perawatan rutin, perbaikan, penggantian suku cadang, dan pemeriksaan berkala untuk menjaga kinerja dan keselamatan berkendara.

Tingginya kepemilikan kendaraan bermotor di Kecamatan Binawidya secara langsung mendorong permintaan terhadap berbagai jenis layanan *service* motor. Jenis layanan yang tersedia di bengkel motor, termasuk di AHASS Motor Kecamatan Binawidya, dapat diklasifikasikan sebagaimana tertera pada Tabel 1.2 berikut.

Tabel 1.2 Jenis Layanan *Service* Motor

No	Kategori Layanan	Contoh Layanan
1	<i>Service</i> Berkala	Ganti oli, tune up, pembersihan filter, penyetelan
2	Perbaikan Mesin	Overhaul mesin, perbaikan transmisi, karburator, sistem injeksi
3	Kelistrikan	Perbaikan aki, dinamo starter, sistem pengapian, lampu
4	Sistem Rem	Perbaikan rem cakram/tromol, ganti kampas rem, bleeding rem
5	Suku Cadang	Ban, kampas rem, busi, rantai, bearing, aki
6	Body & Cat	Perbaikan body, pengecatan, penggantian spion, spakbor
7	Aksesoris	Pemasangan alarm, modifikasi, pemasangan variasi
8	Cuci & Detailing	Cuci motor, poles body, pembersihan menyeluruh

Data Primer Hasil Observasi Lapangan AHASS Motor Kecamatan Binawidya (2025)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sebagai bengkel resmi Honda, AHASS memiliki daftar harga jasa *service* yang transparan dan terstandarisasi dari pusat, sehingga tidak terdapat permainan harga antar bengkel. Berikut adalah kisaran harga jasa *service* motor Honda di AHASS secara umum berdasarkan jenis paket layanan dan tipe motor.

Tabel 1.3 Kisaran Harga Jasa Service Motor Honda di Bengkel Resmi AHASS

No	Jenis Layanan	Kisaran Harga (Rp)	Keterangan
1	Service Ringan	Rp 45.000 – Rp 125.000	Tergantung tipe motor (matic, bebek, sport)
2	Service Lengkap / Berkala	Rp 70.000 – Rp 155.000	Mencakup 13 poin pemeriksaan standar Honda
3	Ganti Oli Mesin	Rp 35.000 – Rp 75.000	Harga oli saja, jasa gratis jika beli oli di AHASS
4	Service CVT (Motor Matic)	Rp 75.000 – Rp 100.000	Di luar penggantian komponen CVT
5	Service Berat / Turun Mesin	Rp 200.000 – Rp 500.000+	Bervariasi sesuai tingkat kerusakan

Sumber: (Mobil123, 2025; Daya Motor, 2025)

Berdasarkan data bengkel resmi Honda (AHASS) yang terdaftar di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru, terdapat beberapa bengkel resmi AHASS yang beroperasi di wilayah tersebut sebagaimana tercantum pada Tabel 1.4 berikut.

Tabel 1. 4 Daftar Bengkel Resmi AHASS di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru

No	Nama Bengkel AHASS	Alamat
1	HH Service	Jl. Garuda Sakti Km. 01, Simpang Baru, Kec. Binawidya, Pekanbaru
2	Team Aro Jaya Motor	Jl. Garuda Sakti Km. 03 No. 32c, Simpang Baru, Kec. Binawidya, Pekanbaru
3	Utama Motor	Jl. H.R. Soebrantas Sp. Baru, Kec. Binawidya, Pekanbaru

Sumber: (Lokanesia, 2020)



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Meningkatnya kebutuhan layanan *service* sepeda motor membuat persaingan antar bengkel semakin ketat. Konsumen dihadapkan pada berbagai pilihan dengan perbedaan harga, lokasi, dan kualitas pelayanan sehingga menjadi lebih selektif. Pertumbuhan industri ini menciptakan pasar yang potensial sekaligus kompetitif, di mana pelanggan mempertimbangkan tidak hanya aspek teknis perbaikan, tetapi juga persepsi harga, kemudahan akses, dan kualitas layanan.

Dalam praktiknya, masih terdapat pelanggan yang merasa kurang puas terhadap layanan bengkel akibat biaya *service* yang tidak sebanding dengan hasil perbaikan, lokasi yang kurang strategis, serta kualitas pelayanan yang belum optimal seperti lamanya waktu pengerjaan dan kurangnya kejelasan informasi. Hal ini sejalan dengan penelitian Fadhilah et al. (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa bengkel sepeda motor.

Kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa *service* motor dipengaruhi oleh persepsi harga, lokasi, dan kualitas pelayanan. Persepsi harga berkaitan dengan kewajaran biaya, lokasi dengan kemudahan akses, sedangkan kualitas pelayanan mencakup kecepatan, ketepatan perbaikan, serta sikap profesional karyawan. Hal ini sejalan dengan Batubara (2023) yang menyatakan bahwa ketiga faktor tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa bengkel kendaraan bermotor.

Persepsi harga menjadi faktor penting karena pelanggan cenderung mempertimbangkan kewajaran harga *service* motor dengan kualitas layanan yang diterima. Penelitian Simbolon et al. (2024) memperkuat bahwa persepsi harga adalah faktor penting dalam kepuasan pelanggan bengkel, terutama pada bengkel



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lokal. Pelanggan yang menilai harga *service* sebanding dengan kualitas yang diterima cenderung merasa lebih puas dan loyal terhadap bengkel tersebut.

Lokasi bengkel menjadi pertimbangan strategis karena berkaitan dengan kemudahan akses, kenyamanan, dan efisiensi waktu pelanggan dalam melakukan *service* motor. Santoso et al. (2024) menunjukkan bahwa lokasi secara signifikan meningkatkan kepuasan konsumen di bengkel motor. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan dalam memilih bengkel untuk *service* motor mereka.

Kualitas pelayanan menjadi faktor utama dalam menentukan kepuasan pelanggan pada bengkel motor. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan temuan Tamengkel et al. (2024) yang menyatakan bahwa peningkatan kecepatan, ketepatan, dan keramahan petugas di Bengkel Pelita Motor terbukti meningkatkan kepuasan pelanggan.

Meningkatnya jumlah sepeda motor dan persaingan bengkel di Kecamatan Binawidya mendorong perlunya penelitian mengenai pengaruh persepsi harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel resmi AHASS Motor di Kota Pekanbaru. Walaupun Putri et al. (2024) menyatakan ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, pengujian pada konteks bengkel resmi dengan karakteristik wilayah yang berbeda masih diperlukan. Penelitian ini diharapkan memberikan bukti empiris sekaligus menjadi dasar evaluasi dalam peningkatan kualitas layanan jasa purna jual otomotif.

Dalam layanan purna jual sepeda motor, bengkel resmi berperan penting dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Astra Honda Authorized*

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Service Station (AHASS) telah tersebar di seluruh Indonesia dengan sekitar 5.539 bengkel dan dealer (Motorplus Online, 2024). Selain itu, PT Wahana Makmur Sejati mencatat bahwa AHASS melayani lebih dari 3,6 juta unit motor pada 2024, meningkat 5,5% dibandingkan tahun sebelumnya (Mobilinews, 2025). Hal ini menunjukkan tingginya kepercayaan konsumen terhadap kualitas layanan AHASS.

AHASS Motor di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru, sebagai bengkel resmi Honda, dituntut memberikan pelayanan yang memuaskan. Seiring meningkatnya jumlah penduduk dan kendaraan bermotor, bengkel ini menghadapi tantangan untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan di tengah persaingan dengan bengkel resmi maupun non-resmi lainnya.

Pemilihan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat (Y) didasarkan pada pentingnya memahami perilaku konsumen dalam industri jasa service motor. Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi terhadap kualitas layanan yang diterima, mencakup aspek teknis, harga, aksesibilitas, dan responsivitas pelayanan. Analisis pengaruh persepsi harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diharapkan dapat membantu manajemen AHASS Motor dalam merumuskan strategi peningkatan layanan yang lebih efektif.

Meskipun penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bengkel kendaraan bermotor (Asrawan & Kahar, 2024), hasil penelitian tersebut dilakukan pada konteks wilayah dan jenis bengkel yang berbeda. Perbedaan karakteristik wilayah, tingkat persaingan, serta segmentasi pelanggan memungkinkan terjadinya variasi pengaruh masing-masing variabel terhadap kepuasan pelanggan. Hingga saat ini, belum terdapat penelitian yang secara khusus menguji ketiga variabel

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut pada bengkel resmi AHASS di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru. Oleh karena itu, penelitian ini diperlukan untuk memberikan bukti empiris yang lebih kontekstual serta memperkaya kajian pemasaran jasa pada layanan purna jual sepeda motor di wilayah tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah persepsi harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan pada *service* motor di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru (Studi Kasus *AHASS Motor*)?
2. Apakah lokasi berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan pada *service* motor di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru (Studi Kasus *AHASS Motor*)?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan pada *service* motor di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru (Studi Kasus *AHASS Motor*)?
4. Apakah persepsi harga, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada *service* motor di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru (Studi Kasus *AHASS Motor*)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada *service* motor di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru (Studi Kasus *AHASS Motor*).
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada *service* motor di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru (Studi Kasus *AHASS Motor*).
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada *service* motor di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru (Studi Kasus *AHASS Motor*).
4. Untuk mengetahui persepsi harga, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada *service* motor di Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru (Studi Kasus *AHASS Motor*).

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi, atau masukan bagi perkembangan ilmu pengetahuan, dan kontribusi positif terhadap studi manajemen pemasaran khususnya penelitian yang berkaitan dengan pengaruh persepsi harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui pada industri jasa *service* motor

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini, peneliti dapat mengembangkan pemahaman yang mendalam tentang topik yang dipilih, yang tidak

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hanya memperkaya pengetahuan tetapi juga membantu dalam membangun pemikiran kritis. Penelitian ini juga memberikan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan teori-teori yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam proses penelitian, sehingga penulis dapat melihat relevansi dan aplikasi dari konsep-konsep tersebut dalam industri jasa otomotif.

b. Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, dimana hasil dari penelitian ini bisa dipublikasikan dan menjadi referensi bagi peneliti lain di bidang yang sama, khususnya dalam kajian pemasaran jasa dan perilaku konsumen pada industri otomotif.

c. Bagi Pelaku Bisnis (Pemilik Service Motor)

Penelitian ini menawarkan wawasan strategis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam industri jasa *service* motor. Dengan mengeksplorasi pengaruh persepsi harga, lokasi, dan kualitas pelayanan, diharapkan para pemilik dan pengelola bengkel *service* motor dapat mengidentifikasi strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas di era persaingan yang semakin ketat ini.

d. Bagi Masyarakat/Konsumen

Penelitian ini memberikan informasi yang berguna bagi masyarakat dalam memilih *service* motor yang berkualitas. Konsumen dapat memahami indikator-indikator penting yang perlu dipertimbangkan dalam memilih bengkel *service* motor, seperti

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kejelasan persepsi harga, kemudahan akses lokasi, dan standar kualitas pelayanan yang baik, sehingga dapat membuat keputusan yang lebih tepat dan mendapatkan kepuasan optimal.

e. Bagi Pemerintah Daerah

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan kepada pemerintah daerah, khususnya Pemerintah Kota Pekanbaru, dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan usaha jasa *service* motor di wilayahnya, serta dalam upaya meningkatkan responsif publik dan pemberdayaan ekonomi masyarakat di sektor jasa otomotif.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori yang berkaitan dengan manajemen pemasaran, pemasaran, perilaku konsumen, persepsi harga, lokasi, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Selain itu, bab ini juga memuat pandangan Islam, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, meliputi lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

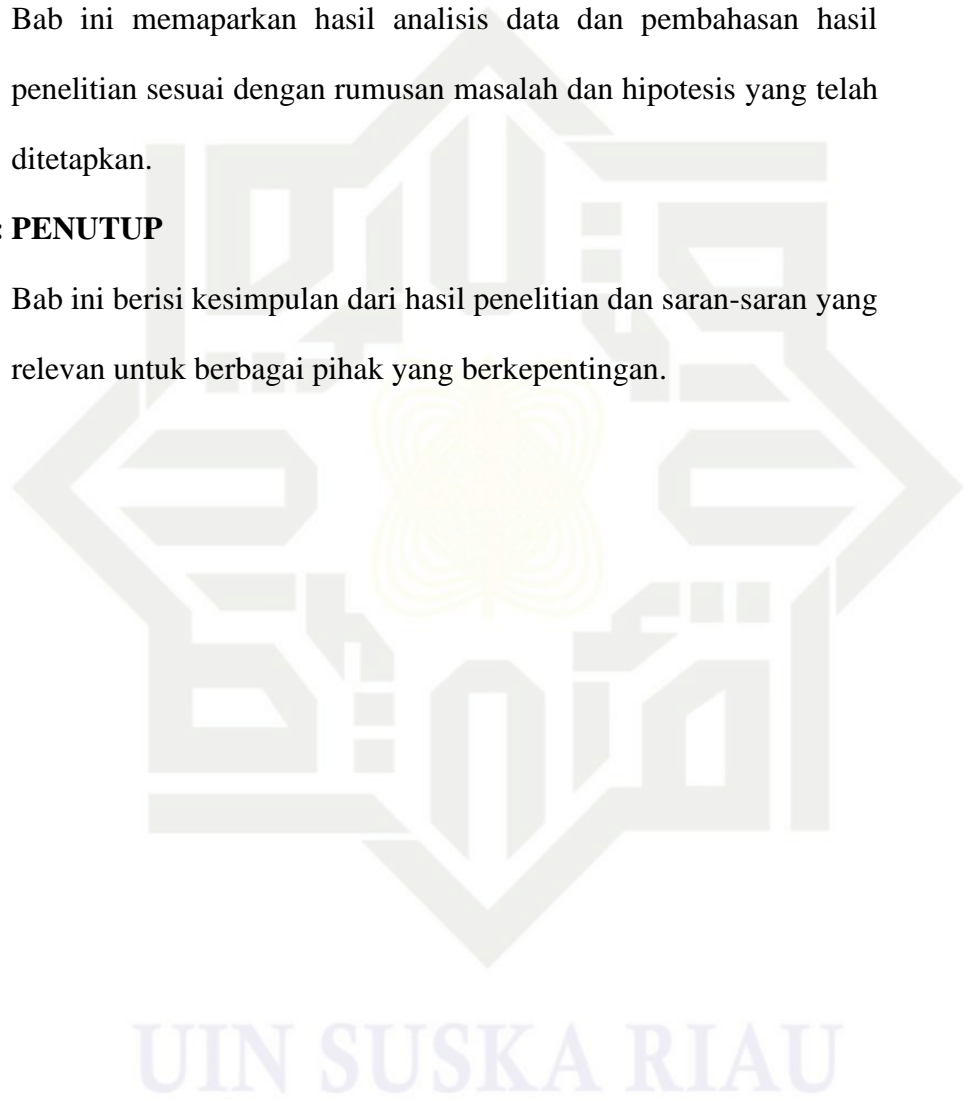
Bab ini menyajikan gambaran umum tentang Kecamatan Binawdiya Kota Pekanbaru sebagai lokasi penelitian.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian sesuai dengan rumusan masalah dan hipotesis yang telah ditetapkan.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang relevan untuk berbagai pihak yang berkepentingan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara kinerja atau hasil yang diterima dengan harapan yang dimilikinya. Dalam konteks bengkel *service* motor, kepuasan pelanggan terbentuk ketika pelayanan yang diberikan memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan terhadap kualitas perbaikan, kecepatan layanan, dan pelayanan secara keseluruhan.

Kepuasan pelanggan dapat dipahami sebagai evaluasi menyeluruh terhadap pengalaman menggunakan jasa *service* motor yang mencakup aspek teknis perbaikan, interaksi dengan mekanik dan staf, serta nilai yang diperoleh dari layanan tersebut. Seperti yang dikemukakan oleh Tjiptono (2022), pada jurnal *Ilahi AAA*, Arifuddin (2022) "Kualitas pelayanan dimulai dari kebutuhan pelanggan dan diakhiri dengan kepuasan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor terpenting bagi perusahaan yang bersangkutan, agar perusahaan dapat terus berdiri dan berkembang." Kepuasan pelanggan dalam industri jasa perbaikan kendaraan bermotor sangat penting karena sifat jasa yang tidak berwujud dan memerlukan kepercayaan tinggi dari pelanggan. Pelanggan yang merasa puas akan cenderung melakukan *service* ulang di tempat yang sama dan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merekomendasikan kepada orang lain. Sebaliknya, ketidakpuasan dapat berdampak negatif terhadap reputasi bengkel dan menurunkan loyalitas pelanggan.

2. Komponen Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan terbentuk dari beberapa elemen pokok yang saling berkaitan:

- a. Harapan Pelanggan (*Customer Expectations*): Standar atau ekspektasi yang dimiliki pelanggan sebelum menggunakan jasa *service* motor, yang terbentuk dari pengalaman sebelumnya, informasi dari orang lain, dan promosi yang dilakukan bengkel.
- b. Kinerja Aktual (*Actual Performance*): Hasil nyata yang diterima pelanggan dari pelayanan *service* motor, mencakup kualitas perbaikan, waktu pengerjaan, dan pelayanan yang diberikan oleh petugas bengkel.

Konfirmasi dan Diskonfirmasi: Proses perbandingan antara harapan dengan kinerja aktual yang akan menghasilkan kepuasan (jika kinerja > harapan) atau ketidakpuasan (jika kinerja < harapan). (Vijay 2024) menyatakan bahwa *Expectation Confirmation Theory* (ECT) menjelaskan bagaimana konsumen mengevaluasi kepuasan mereka terhadap produk atau layanan melalui proses perbandingan antara ekspektasi pra-konsumsi dengan pengalaman pasca-konsumsi, yang pada akhirnya menghasilkan kepuasan atau ketidakpuasan.

3. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan pada jasa *service* motor adalah hasil evaluasi pelanggan terhadap keseluruhan pengalaman layanan yang diterima, mulai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari penerimaan kendaraan hingga penyerahan kembali motor setelah diservis. (Mataji, S. Santoso, & R. Santoso, 2024) membuktikan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen bengkel AHASS. Berdasarkan hal tersebut, kepuasan pelanggan dapat dijelaskan melalui dimensi-dimensi berikut:

- a. Kepuasan terhadap Kualitas Teknis: Berkaitan dengan hasil perbaikan motor, keandalan perbaikan, dan penggunaan suku cadang yang berkualitas, dimana AHASS perlu menjaga keaslian spare part dalam setiap perbaikan.
 - b. Kepuasan terhadap Kualitas Fungsional: Berkaitan dengan proses pemberian layanan, interaksi dengan petugas, dan pengalaman selama berada di bengkel, termasuk responsivitas yang baik saat menjawab keluhan kesah pelanggan.
 - c. Kepuasan terhadap Nilai (*Value*): Berkaitan dengan persepsi pelanggan mengenai keseimbangan antara manfaat yang diterima dengan biaya yang dikeluarkan.
 - d. Kepuasan terhadap Lingkungan Fisik: Berkaitan dengan kondisi bengkel, kebersihan, kenyamanan ruang tunggu, dan fasilitas pendukung lainnya
4. Fungsi Kepuasan Pelanggan

Dalam konteks Indonesia, penelitian (Wiryono, Supriyadi, & Putri, 2024) menemukan bahwa kepuasan pelanggan memiliki efek positif dan signifikan terhadap retensi pelanggan di PT Piranti Berkah Travelindo,

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang menggambarkan bagaimana menjaga kepuasan pelanggan penting agar pelanggan tetap “bertahan”. Kepuasan pelanggan memiliki beberapa fungsi penting bagi keberlangsungan usaha *service* motor:

- a. Fungsi Retensi: Mempertahankan pelanggan yang sudah ada agar tetap menggunakan jasa *service* di tempat yang sama secara berulang.
 - b. Fungsi Promosi: Pelanggan yang puas akan menjadi promotor alami yang merekomendasikan bengkel kepada keluarga, teman, dan kolega mereka.
 - c. Fungsi Diferensiasi: Membedakan bengkel dari kompetitor melalui pengalaman positif yang dirasakan pelanggan.
 - d. Fungsi Profitabilitas: Meningkatkan pendapatan jangka panjang karena pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan menggunakan layanan tambahan.
5. Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator kepuasan pelanggan pada layanan *service* motor mencerminkan pengalaman pelanggan secara menyeluruh terhadap jasa yang diberikan. Manengal et al. (2021) menegaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa *service* motor, di mana indikator kepuasan mencakup kesesuaian layanan, keinginan menggunakan kembali, dan kecenderungan merekomendasikan kepada pihak lain. Adapun indikator kepuasan pelanggan pada jasa *service* motor adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Kesesuaian Harapan: Kesesuaian antara layanan yang diterima dengan harapan pelanggan sebelum menggunakan jasa *service*. Jika layanan yang diberikan sesuai bahkan melebihi ekspektasi, maka tingkat kepuasan akan meningkat.
- b. Minat Berkunjung Kembali: Pelanggan yang puas cenderung memiliki niat untuk kembali menggunakan jasa *service* motor di tempat yang sama, mencerminkan adanya loyalitas dan kepercayaan terhadap kualitas pelayanan bengkel. Kepercayaan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan bengkel.
- c. Kesiediaan Merekomendasikan: Pelanggan yang puas cenderung memberikan rekomendasi positif kepada teman, keluarga, atau rekan kerja sehingga dapat meningkatkan citra dan jumlah pelanggan bengkel.
- d. Kepuasan Keseluruhan: Evaluasi menyeluruh terhadap seluruh aspek layanan mulai dari kecepatan, ketepatan hasil *service*, keramahan karyawan, hingga kenyamanan fasilitas sebagai gambaran umum tingkat kepuasan pelanggan secara total.

2.2 Persepsi Harga (*Price*)

1. Pengertian Persepsi Harga

Persepsi harga merupakan penilaian subjektif konsumen terhadap tingkat harga suatu layanan, yang tidak selalu sama dengan harga objektif yang ditetapkan oleh penyedia layanan. Penelitian (Saputra et al, 2024) menemukan bahwa persepsi harga memiliki pengaruh positif signifikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terhadap kepuasan pelanggan di bengkel body repair motor Proses kognitif konsumen dalam menilai harga mencakup interpretasi terhadap kewajaran, keterjangkauan, dan nilai yang mereka peroleh dari pembayaran yang dilakukan.

Dalam konteks jasa *service* motor, persepsi harga menjadi sangat krusial karena pelanggan cenderung membandingkan ongkos *service* dengan kualitas layanan yang diterima dan standar bengkel lainnya. Bila harga terasa adil dan sepadan dengan manfaat yang diperoleh, pelanggan lebih mungkin merasa puas dan mau kembali. Sebaliknya, apabila harga dirasa tidak seimbang dengan nilai layanan, kepuasan pelanggan bisa menurun. Selain itu, sebuah studi oleh (Oktaviardhana et al, 2025) pada dealer sepeda motor juga menyatakan bahwa persepsi harga secara signifikan berkontribusi pada kepuasan pelanggan, mendukung pentingnya persepsi harga dalam mempertahankan loyalitas pelanggan bengkel.

2. Komponen Persepsi Harga

Komponen persepsi harga tidak hanya soal biaya, tetapi juga berkaitan dengan seberapa besar pelanggan menganggap layanan tersebut layak untuk dibayar sesuai manfaat yang diterima. Novita et al. (2022) menyatakan bahwa persepsi harga sangat berkaitan dengan evaluasi kewajaran (*fairness*) dan nilai (*value*) layanan, di mana konsumen membandingkan harga yang dibayarkan dengan manfaat yang diterima serta ekspektasi mereka. Adapun komponen persepsi harga pada layanan *service* motor adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Biaya Tenaga Kerja (*Service Fee*): Mencakup upah mekanik untuk diagnosis, perbaikan, dan perawatan, di mana konsumen mengevaluasi kewajaran tarif berdasarkan durasi kerja dan profesionalisme layanan.
 - b. Biaya Suku Cadang (*Spare Parts Cost*): Mencakup penggantian suku cadang saat *service*, di mana konsumen menilai kesesuaian harga berdasarkan kualitas suku cadang yang digunakan, baik orisinal maupun *aftermarket*.
 - c. Biaya Overhead Bengkel: Meliputi biaya operasional tidak langsung seperti sewa tempat, pemeliharaan fasilitas, dan administrasi yang berkontribusi terhadap pembentukan harga total dan mempengaruhi persepsi kewajaran harga.
 - d. Margin Keuntungan Bengkel: Selisih antara total biaya operasional dan harga yang dibayarkan pelanggan, yang memberi sinyal apakah bengkel menetapkan harga secara wajar dengan mempertimbangkan nilai tambah bagi pelanggan.
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Harga

Berdasarkan temuan penelitian (Nisaa & Susanto, 2021), persepsi harga konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor penting berikut:

- a. Sensitivitas Harga (*Price Sensitivity*): Sensitivitas harga adalah tingkat kepekaan konsumen terhadap perubahan harga. Semakin sensitif konsumen terhadap harga, semakin besar pengaruh harga terhadap penilaiannya. Konsumen yang sensitif biasanya lebih teliti

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membandingkan harga, mencari alternatif lebih murah, dan memiliki toleransi rendah terhadap kenaikan biaya.

- b. Persepsi Risiko (*Perceived Risk*): Persepsi risiko berkaitan dengan kekhawatiran konsumen tentang kemungkinan kerugian dalam pembelian, seperti kualitas rendah, layanan tidak sesuai, atau biaya tersembunyi. Semakin tinggi persepsi risiko, semakin negatif persepsi konsumen terhadap harga yang ditawarkan.
 - c. Kepercayaan (*Trust*): Kepercayaan terhadap penyedia layanan atau penjual memengaruhi bagaimana konsumen menilai harga. Jika kepercayaan tinggi, konsumen cenderung menganggap harga wajar meskipun sedikit lebih mahal.
 - d. Citra Harga (*Price Image*): Citra harga adalah persepsi umum konsumen mengenai pola harga suatu merek, penyedia jasa, atau platform. Jika merek dikenal memiliki harga yang adil, transparan, dan stabil, maka persepsi harga akan lebih positif.
 - e. Kepuasan Konsumen (*Customer Satisfaction*): Konsumen yang puas dengan pengalaman layanan sebelumnya cenderung memiliki persepsi harga yang positif. Kepuasan mempengaruhi toleransi terhadap harga dan mengurangi perasaan bahwa harga terlalu tinggi.
4. Peran Persepsi Harga dalam Kepuasan Pelanggan

Persepsi harga memiliki peran penting dalam membentuk tingkat kepuasan pelanggan karena pelanggan tidak hanya menilai harga secara nominal, tetapi juga mengevaluasi apakah harga tersebut layak

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dibandingkan dengan manfaat dan kualitas layanan yang mereka terima. Ketika konsumen merasa bahwa harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas pelayanan, transparan, dan sebanding dengan nilai yang diperoleh, maka tingkat kepuasan mereka cenderung meningkat.

Penelitian terbaru oleh (Nisaa & Susanto, 2021) menunjukkan bahwa persepsi harga yang positif berkontribusi signifikan terhadap kepuasan dan niat beli ulang. Konsumen yang menilai harga wajar, kompetitif, serta sesuai dengan kualitas pelayanan akan lebih puas dan memiliki hubungan jangka panjang dengan penyedia layanan. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa *price fairness* dan *price-value ratio* merupakan komponen utama dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Dengan demikian, persepsi harga tidak hanya menjadi dasar pertimbangan rasional dalam pembelian jasa, tetapi juga mempengaruhi aspek emosional pelanggan. Ketika pelanggan merasa diperlakukan adil melalui struktur harga yang jelas dan layak, kepuasan mereka akan meningkat, dan pada akhirnya berpotensi mendorong loyalitas terhadap bengkel.

5. Strategi Penetapan Harga dan Persepsi Konsumen

Berdasarkan penelitian (Yuliana Dewi & Sianipar, 2024), strategi penetapan harga yang diterapkan perusahaan sangat berpengaruh terhadap bagaimana konsumen membentuk persepsi harga dan nilai terhadap suatu produk atau layanan. Penelitian tersebut menjelaskan beberapa prinsip penting sebagai berikut:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Penetapan Harga Berbasis Nilai: Perusahaan menetapkan harga berdasarkan persepsi nilai yang dirasakan konsumen, bukan sekadar biaya produksi. Semakin tinggi persepsi nilai (*perceived value*), semakin besar kesediaan konsumen untuk membayar harga yang lebih tinggi.
- b. Strategi Harga sebagai Alat Positioning: Harga digunakan untuk menempatkan produk dalam kategori tertentu (premium, menengah, ekonomis). Positioning ini secara langsung mempengaruhi persepsi konsumen, karena harga dianggap sebagai representasi kualitas, prestise, dan keandalan merek.
- c. Penyesuaian Harga terhadap Dinamika Pasar: Lingkungan pasar yang berubah cepat menuntut perusahaan melakukan penyesuaian harga secara berkala. Konsumen akan menilai kewajaran harga berdasarkan kondisi pasar, promo kompetitor, dan trend kebutuhan.
- d. Strategi Diferensiasi Melalui Harga: Harga juga menjadi alat diferensiasi. Perusahaan dapat menciptakan keunikan nilai (*unique value proposition*) melalui struktur harga tertentu misalnya harga bundling, harga layanan eksklusif, atau harga paket lengkap yang mempengaruhi persepsi konsumen bahwa produk tersebut memiliki keunggulan dibanding kompetitor.
- e. Pengaruh Harga terhadap Persepsi Kualitas dan Keputusan Pembelian: Penelitian ini menegaskan bahwa strategi harga yang tepat dapat memperkuat persepsi kualitas. Konsumen cenderung mengaitkan harga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang lebih tinggi dengan kualitas yang lebih baik, sehingga strategi harga mampu mempengaruhi minat beli dan evaluasi konsumen terhadap merek.

6. Fungsi Persepsi Harga

Menurut Aisyah & Tuti (2022), persepsi harga tidak hanya dimaknai sebagai nominal uang yang harus dibayarkan, tetapi memiliki beberapa fungsi penting dalam proses evaluasi dan pengambilan keputusan konsumen, adapun fungsi-fungsi yaitu:

- a. Konsumen menggunakan harga sebagai tolok ukur perbandingan antara satu produk/jasa dengan alternatif lainnya, berdasarkan harga referensi internal (pengalaman sebelumnya) maupun eksternal (harga kompetitor).
- b. Fungsi Informasi dan Sinyal Kualitas (*Information/Quality Signaling Function*): Harga berfungsi sebagai indikator kualitas produk/jasa, di mana konsumen cenderung menilai produk dengan harga lebih tinggi sebagai produk yang memiliki kualitas lebih baik.
- c. Fungsi Nilai (*Value Perception Function*): Persepsi harga membentuk penilaian konsumen terhadap *value for money*, yaitu kesesuaian antara harga yang dibayar dengan manfaat yang diperoleh.
- d. Fungsi Pembanding Alternatif (*Comparison Function*): Harga menjadi dasar konsumen dalam membandingkan dan memilih alternatif produk/jasa dengan manfaat paling optimal.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- e. Fungsi Psikologis (*Psychological Function*): Harga mempengaruhi reaksi emosional konsumen, di mana harga terlalu murah dianggap tidak berkualitas, sementara harga tinggi memberi rasa aman terhadap kualitas layanan.
- f. Fungsi Penentu Keputusan Pembelian (*Purchase Decision Function*): Persepsi kewajaran harga (*price fairness*) menjadi faktor kunci yang mempengaruhi keputusan akhir konsumen dalam memilih produk atau jasa.

7. Indikator Persepsi Harga

Menurut Kotler, Amstrong dalam (Paludi and Juwita 2021) ada empat indikator harga yaitu:

- a. Keterjangkauan harga: kemampuan konsumen untuk membeli produk jasa sesuai dengan daya beli mereka
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas: Persepsi kesesuaian antara harga yang ditetapkan dengan kualitas jasa yang ditawarkan, dimana konsumen mengevaluasi apakah harga yang dibayar sepadan dengan kualitas jasa yang diterima.
- c. Kesesuain harga dengan manfaat: Konsumen akan melakukan pembelian suatu layanan jasa apabila manfaat yang diperoleh dianggap sepadan atau lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan.
- d. Daya saing harga: Daya saing harga merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menetapkan harga yang kompetitif di pasar layanan jasa.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.3 Lokasi (*Location*)

1. Pengertian Lokasi

Lokasi merupakan tempat atau letak geografis di mana suatu usaha atau kegiatan bisnis dijalankan dan dapat diakses oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam konteks bengkel service motor, lokasi adalah tempat fisik di mana bengkel beroperasi dan memberikan layanan perbaikan serta perawatan kendaraan bermotor kepada pelanggan. Lokasi dapat dipahami sebagai posisi strategis yang dipilih untuk menjalankan usaha jasa perbaikan kendaraan dengan mempertimbangkan aksesibilitas, visibilitas, dan kemudahan bagi pelanggan untuk mencapai tempat tersebut.

Menurut (Mutianisa dan Cahyani 2024), pemilihan lokasi yang tepat memiliki peran strategis karena berhubungan langsung dengan peluang keberhasilan dan daya saing suatu usaha, terutama pada sektor jasa yang mengandalkan kemudahan akses dan kenyamanan pelanggan. Hal ini sejalan dengan karakteristik industri jasa perbaikan kendaraan bermotor, di mana lokasi yang mudah dijangkau, dekat dengan pusat aktivitas masyarakat, dan memiliki fasilitas memadai akan memengaruhi jumlah pelanggan yang datang serta keputusan mereka untuk menggunakan jasa secara berulang. Lokasi yang strategis dengan aksesibilitas yang baik menjadi keunggulan kompetitif bagi bengkel dalam menarik dan mempertahankan pelanggan di tengah persaingan yang ketat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Komponen Lokasi

Lokasi bengkel *service* motor terbentuk dari beberapa elemen pokok yang saling berkaitan.

- a. Aksesibilitas (*Accessibility*): Kemudahan pelanggan mencapai lokasi bengkel menjadi faktor penting keberhasilan usaha, karena lokasi yang sulit diakses dapat mengurangi minat pelanggan meskipun kualitas pelayanan baik.
- b. Visibilitas (*Visibility*): Bengkel yang mudah terlihat, memiliki papan nama jelas, dan berada di jalur lalu lintas utama akan lebih mudah menarik perhatian pelanggan baru.
- c. Lalu Lintas (*Traffic*): Kepadatan arus kendaraan di sekitar lokasi menjadi potensi sumber pelanggan, namun kemacetan berlebih perlu diantisipasi agar tidak mengurangi kenyamanan akses pelanggan.
- d. Fasilitas Pendukung: Ketersediaan area parkir, lingkungan aman, dan infrastruktur yang memadai sangat berpengaruh terhadap kenyamanan pelanggan sekaligus menjadi indikator profesionalitas bengkel.

Menurut (Claudia, Panjaitan, & Zamhari, 2023), variabel lokasi merupakan salah satu faktor yang diuji pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan, bersamaan dengan kualitas pelayanan dan harga *service*. Meskipun dalam penelitian tersebut lokasi tidak selalu terbukti signifikan, namun pentingnya aspek lokasi tetap ditunjukkan sebagai bagian dari variabel yang mempengaruhi keputusan pelanggan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi

Menurut (Asrawan & Kahar 2024), lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor. Hal ini menunjukkan bahwa aspek geografis seperti aksesibilitas dan kemudahan dijangkau menjadi variabel penting dalam keputusan pelanggan memilih jasa *service*. Dengan demikian, lokasi yang strategis tidak hanya mempermudah pelanggan datang, tetapi juga meningkatkan persepsi mereka terhadap kualitas layanan bengkel.

beberapa faktor yang mempengaruhi Pemilihan Lokasi bengkel service motor antara lain:

a. Faktor Geografis

- 1) Kedekatan dengan Pasar Sasaran.
- 2) Kondisi Infrastruktur.
- 3) Topografi Wilayah.

b. Faktor Demografis

Beberapa faktor demografis yang mempengaruhi pemilihan lokasi bengkel *service* motor antara lain:

- 1) Jumlah Penduduk (Kepadatan Populasi).
- 2) Tingkat Kepemilikan Kendaraan.
- 3) Karakteristik Ekonomi / Daya Beli Masyarakat.

c. Faktor Kompetisi

Keberadaan bengkel pesaing di sekitar lokasi menjadi faktor penting dalam menentukan kelayakan usaha. Penelitian (Sholihin,

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2023) menunjukkan bahwa meningkatnya jumlah sepeda motor diikuti oleh bertambahnya jumlah bengkel, sehingga persaingan semakin ketat dan menuntut setiap usaha untuk melakukan diferensiasi melalui peningkatan kualitas layanan, inovasi *service*, serta penetapan harga yang kompetitif.

d. Faktor Biaya

Biaya sewa lahan, pajak properti, serta biaya operasional seperti listrik dan utilitas harus diperhitungkan sejak awal. Lokasi yang strategis berpotensi meningkatkan jumlah pelanggan, namun juga berisiko menimbulkan beban biaya tetap yang tinggi. (Pujianti et al. 2024) membuktikan bahwa biaya sewa tempat usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang.

4. Kriteria Lokasi yang Strategis

Lokasi bengkel *service* motor yang strategis memiliki beberapa kriteria penting:

- a. Mudah Dijangkau: Lokasi berada di jalur yang sering dilalui kendaraan, memiliki akses jalan yang baik, serta mudah dicapai berbagai arah.
- b. Area Parkir Memadai: Tersedia ruang parkir yang cukup luas untuk menampung kendaraan pelanggan yang sedang menunggu maupun dalam proses perbaikan
- c. Lingkungan Aman: Berada di area yang aman, memiliki penerangan yang baik, dan memberikan rasa nyaman bagi pelanggan yang datang.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Dekat dengan Pusat Aktivitas: Lokasi yang berdekatan dengan area pemukiman, perkantoran, kampus, atau pusat perbelanjaan akan memudahkan pelanggan mengakses layanan serta meningkatkan peluang kunjungan.
- e. Papan Nama Jelas: Memiliki identitas atau papan nama yang mudah dilihat dan dikenali sehingga pelanggan dapat menemukan lokasi bengkel dengan mudah.

Lokasi yang memenuhi kriteria tersebut terbukti mampu meningkatkan daya tarik dan kepercayaan pelanggan terhadap layanan bengkel, sebagaimana dijelaskan penelitian (Krisnawati, 2024), Bahwa lokasi strategis yang mudah dijangkau memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa *service* motor.

5. Dimensi Lokasi

Dalam penelitian pemilihan lokasi UMKM, disebutkan bahwa lokasi strategis, kedekatan dengan pasar, serta fasilitas dan aksesibilitas menjadi faktor penting dalam keputusan memilih lokasi usaha (Soeti Yani et al., 2024). Lokasi pada bengkel *service* motor dapat dikategorikan berdasarkan beberapa dimensi:

- a. Lokasi Strategis: berada di kawasan komersial atau jalur utama dengan aksesibilitas tinggi dan visibilitas jelas.
- b. Lokasi Semi-strategis: cukup ramai namun tidak berada di jalur utama sehingga memerlukan usaha sedikit untuk diakses.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Lokasi Residensial: dekat atau di dalam pemukiman, berfokus melayani masyarakat sekitar.
- d. Lokasi Terpencil: jauh dari pusat aktivitas, akses sulit, sehingga butuh strategi pemasaran khusus untuk menarik pelanggan.

6. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Lokasi yang strategis, mudah dijangkau, dan memiliki fasilitas memadai meningkatkan kenyamanan dan efisiensi pelanggan dalam memperoleh layanan. Akses yang baik dan area parkir yang cukup membuat pelanggan merasa puas serta cenderung kembali menggunakan jasa bengkel. Hasil penelitian (Asrawan & Kahar, 2024), menunjukkan bahwa semakin baik lokasi, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

7. Fungsi Lokasi

Penelitian dalam konteks usaha jasa menemukan bahwa lokasi dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen lokasi yang baik juga berfungsi sebagai alat promosi dan daya tarik konsumen (Sulistiono et al., 2022). Lokasi dalam usaha jasa *service motor* memiliki fungsi strategis, di antaranya:

- a. Fungsi Aksesibilitas: memudahkan pelanggan menjangkau bengkel tanpa hambatan geografis.
- b. Fungsi Promosi: karena lokasi yang mudah terlihat berfungsi sebagai media promosi alami.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Fungsi Kompetitif: memberi keunggulan dibandingkan bengkel pesaing dalam hal kenyamanan dan kemudahan akses bagi pelanggan.
- d. Fungsi Operasional: mendukung efisiensi operasional melalui akses mudah ke supplier suku cadang, tenaga kerja, dan infrastruktur pendukung lainnya.

8. Indikator Lokasi

Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel lokasi pada service motor meliputi:

- a. Kemudahan Akses: seberapa mudah pelanggan mencapai bengkel dari aktivitas sehari-hari mereka.
- b. Keterjangkauan Lokasi: jarak tempuh dan waktu yang dibutuhkan pelanggan ke lokasi bengkel.
- c. Ketersediaan Area Parkir: kecukupan ruang parkir untuk kendaraan pelanggan.
- d. Keamanan dan Kenyamanan Lingkungan: tingkat keamanan, kebersihan, dan kenyamanan area sekitar bengkel.

Penelitian menunjukkan bahwa kondisi seperti “akses yang mudah terhadap lokasi yang akan dituju, lokasi yang memiliki parkir luas dan tempat yang nyaman kini semakin dicari oleh konsumen” (Mau et al, 2023) mendukung pentingnya indikator-indikator tersebut dalam pemilihan lokasi usaha.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2.4 Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan penyedia jasa dalam memberikan layanan yang sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Dalam konteks bengkel *service* motor, kualitas pelayanan ditunjukkan melalui keseluruhan pengalaman pelanggan mulai dari penerimaan, proses perbaikan, hingga penyerahan kendaraan yang mencakup aspek kecepatan, ketepatan, keramahan, dan profesionalisme petugas bengkel.

kualitas pelayanan dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan, di mana kepuasan pelanggan merupakan faktor terpenting agar perusahaan dapat terus berkembang. Kualitas pelayanan dapat dipahami sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan dalam industri jasa perbaikan kendaraan bermotor. Penelitian (Kurniasih et al., 2024) menegaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan bengkel, menunjukkan pentingnya mempertahankan standar pelayanan yang konsisten.

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dalam layanan bengkel *service* motor terbentuk dari beberapa elemen pokok yang saling berkaitan. Menurut (Fadhilah et al., 2022), terdapat lima dimensi utama kualitas layanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan bengkel, yaitu keandalan, daya

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Komponen-komponen tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Keandalan (*Reliability*): Kemampuan bengkel untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan konsisten.
 - b. Daya Tanggap (*Responsiveness*): Kecepatan dan kesediaan petugas bengkel dalam merespon kebutuhan pelanggan.
 - c. Jaminan (*Assurance*): Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada pelanggan mengenai kualitas perbaikan.
 - d. Empati (*Empathy*): Perhatian individual yang diberikan bengkel kepada pelanggan, termasuk kemudahan komunikasi dan pemahaman terhadap kebutuhan spesifik pelanggan.
 - e. Bukti Fisik (*Tangibles*): Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan material komunikasi yang mencerminkan profesionalitas bengkel.
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan
- a. Faktor Internal

Penelitian (Oktaviani et al., 2024) mengidentifikasi beberapa faktor internal yang mempengaruhi kualitas pelayanan pada bengkel:

- 1) Kompetensi SDM: Tingkat keahlian mekanik dalam mengidentifikasi dan memperbaiki kerusakan sangat berpengaruh terhadap kecepatan dan ketepatan pelayanan.
- 2) Sistem dan Prosedur: Prosedur kerja yang efisien dan terstruktur dapat mempercepat proses pelayanan dan mencegah kesalahan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) Fasilitas dan Peralatan: Ketersediaan peralatan modern dan fasilitas yang memadai mendukung kualitas hasil perbaikan.

b. Faktor eksternal

1) Ekspektasi Pelanggan: Harapan pelanggan yang terbentuk dari pengalaman sebelumnya dan informasi dari pihak lain. (Ilahi & Arifuddin, 2022) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari perbandingan antara harapan dan kinerja aktual yang diterima.

2) Kompetisi Pasar: Tingkat persaingan mendorong bengkel untuk meningkatkan standar kualitas pelayanan. (Fadhilah et al., 2022) menyatakan bahwa persaingan antar bengkel mendorong inovasi dalam peningkatan kualitas layanan.

4. Fungsi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memiliki beberapa fungsi penting bagi keberlangsungan usaha *service* motor. Berdasarkan penelitian (Mirnawati et al., 2024), fungsi-fungsi tersebut meliputi:

a. Fungsi Diferensiasi: Kualitas pelayanan yang unggul mampu membedakan bengkel dari kompetitor dan menciptakan keunggulan kompetitif di pasar.

b. Fungsi Retensi Pelanggan: Kualitas pelayanan yang konsisten membantu mempertahankan pelanggan dengan memberikan pengalaman layanan yang positif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Fungsi Pemulihan Layanan: Kualitas pelayanan yang baik memungkinkan penanganan cepat terhadap keluhan dan kesalahan, sehingga mencegah pelanggan beralih ke kompetitor.
- d. Fungsi Komunikasi: Kualitas pelayanan memfasilitasi komunikasi dua arah yang efektif antara bengkel dan pelanggan, sehingga terbangun hubungan yang harmonis.

5. Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan pada bengkel *service* motor meliputi beberapa aspek utama. (Manengal et al., 2021) menegaskan bahwa indikator kepuasan mencakup penilaian terhadap kesesuaian layanan, keinginan untuk menggunakan kembali, dan kecenderungan merekomendasikan kepada pihak lain. Indikator-indikator tersebut adalah:

- a. Ketepatan Waktu Pengerjaan: Kemampuan bengkel menyelesaikan perbaikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan kepada pelanggan.
- b. Keahlian dan Profesionalisme Mekanik: Tingkat kompetensi teknis mekanik dalam mendiagnosa dan memperbaiki kendaraan dengan benar.
- c. Keramahan dan Kesopanan Petugas: Sikap ramah, sopan, dan proaktif petugas bengkel dalam melayani pelanggan.
- d. Komunikasi yang Efektif: Kemampuan petugas dalam memberikan informasi yang jelas, akurat, dan mudah dipahami mengenai kondisi kendaraan, biaya, dan estimasi waktu perbaikan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.5 Pandangan Islam

Dalam Islam, setiap aktivitas, termasuk memilih layanan *service* motor, harus dilakukan dengan prinsip kehati-hatian, kejujuran, dan menjauhi praktik yang merugikan. Salah satu ayat yang sangat relevan untuk menggambarkan prinsip ini adalah QS. Al-Muthaffifin ayat 1–3, yang menekankan larangan keras terhadap kecurangan dalam takaran dan timbangan. Ayat ini dapat dijadikan dasar etika bagi penyedia jasa servis maupun pelanggan.

Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Muthaffifin ayat 1–3:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وُزَنُوا لَهُمْ يُحْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya : "*Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. Namun apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.*"

Ayat ini sangat bagus dalam konteks *service* motor, baik bagi penyedia layanan maupun pelanggan, karena menekankan bahwa:

1. Tidak boleh ada kecurangan dalam kualitas *service*.
2. Tidak boleh mengurangi spesifikasi barang (misal mengurangi oli, mengganti part tidak sesuai, atau memanipulasi harga).
3. Tidak boleh merugikan orang lain demi keuntungan pribadi.

2.6 Hubungan Antar Variabel

1. Hubungan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam industri jasa *service* motor. Ketika pelanggan merasa bahwa harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas layanan yang diterima, mereka cenderung merasa puas. Harga yang transparan, wajar,

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan kompetitif menciptakan persepsi *value for money* yang positif di benak pelanggan. Sebaliknya, jika pelanggan menganggap harga terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan kualitas layanan yang memadai, tingkat kepuasan mereka akan menurun. Penelitian (Simbolon & Pristiyono, 2024), menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, di mana penetapan harga yang wajar dan sesuai dengan ekspektasi konsumen mampu meningkatkan tingkat kepuasan secara substansial.

2. Hubungan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Lokasi bengkel service motor memiliki peran strategis dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Lokasi yang strategis, mudah diakses, dan dekat dengan pusat aktivitas pelanggan memberikan nilai tambah berupa kemudahan dan efisiensi waktu. Pelanggan yang dapat mengakses bengkel dengan mudah tanpa harus menempuh perjalanan jauh atau menghadapi kesulitan akses cenderung memiliki pengalaman positif yang berkontribusi terhadap kepuasan mereka. Ketersediaan area parkir yang memadai, lingkungan yang aman, dan fasilitas yang nyaman juga meningkatkan kenyamanan pelanggan selama menunggu proses *service*. Studi empiris membuktikan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel motor, dengan hasil penelitian (Santoso et al., 2024), menunjukkan bahwa aksesibilitas dan kemudahan dijangkau menjadi faktor determinan dalam keputusan pelanggan untuk kembali menggunakan jasa *service*.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

3. Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan faktor krusial yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada jasa *service* motor. Kualitas pelayanan mencakup lima dimensi utama: keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Pelanggan yang mendapatkan pelayanan berkualitas tinggi dalam semua dimensi ini cenderung merasa dihargai dan diperhatikan kebutuhannya, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan mereka.

Temuan penelitian terkini mengkonfirmasi bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Kurniasih et al, 2024) dalam penelitiannya pada Bengkel Honda Jakarta Center menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan dimensi *reliability* dan *responsiveness* menjadi indikator yang paling dominan dalam membentuk kepuasan.

4. Pengaruh Simultan Persepsi Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Ketiga variabel independen dalam penelitian ini persepsi harga, lokasi, dan kualitas pelayanan tidak bekerja secara terpisah melainkan saling berinteraksi dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan mengevaluasi pengalaman *service* motor mereka secara holistik, mempertimbangkan apakah harga yang dibayarkan sesuai dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kemudahan akses yang diberikan dan kualitas pelayanan yang diterima. Bengkel yang mampu mengoptimalkan ketiga aspek ini akan menciptakan *value proposition* yang kuat bagi pelanggan.

Penelitian empiris menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, lokasi, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Claudia et al, 2023) menemukan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi yang substansial terhadap variasi kepuasan yang dirasakan konsumen, dengan kualitas pelayanan menjadi variabel yang paling dominan.

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Hasil Penelitian
1	Muhajir & Ratnasari (2021)	Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Servis Motor (Studi Pada Servis Motor AHASS Jati Indah Karanggeneng Lamongan). 4 (1).	Promosi, Lokasi, Pelayanan Kepuasan Pelanggan.	Ketiga variabel (promosi, lokasi, dan pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan; kualitas pelayanan (dimensi termasuk responsif) memiliki pengaruh kuat terhadap kepuasan
2.	Vallen G. Claudia (2023)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga <i>Service</i> terhadap	Kualitas Pelayanan Lokasi, Persepsi Harga, Kepuasan	Kualitas pelayanan, lokasi, dan persepsi harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan;

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Hasil Penelitian
		Kepuasan Pelanggan di Bengkel Motor COMS Di Pangkal Pinang. 3 (1).	Pelanggan	kualitas pelayanan (termasuk responsifitas staf) menjadi variabel dominan.
3	Hertina, D., & Dirgasurya, M. H. P. (2023)	Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey pada Bengkel Berguna Motor di Kota Cimahi). 8 (2).	Persepsi Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan	Semua variabel berpengaruh signifikan; persepsi harga dan kualitas pelayanan memiliki kontribusi yang nyata pada variasi kepuasan pelanggan.
4	Ratnaningtyas & Nurani (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada (Studi Kasus pada Bengkel Mobil Eko Autocare di Sleman). 1 (3)	Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Lokasi, Kepuasan Pelanggan	Kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; kualitas pelayanan menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan.
5	Ragil, et al (2024)	Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bengkel Body Repair CK Motor	Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Pelanggan	Persepsi harga, kualitas pelayanan, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan; persepsi harga dan kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh kuat.

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Hasil Penelitian
		Purbalingga. 6, (12)		
6	Asrawan & Kahar (2024)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng, 2 (1)	Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Kepuasan Pelanggan	Kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan.
7	Batubara Rizki Wulanita (2024)	Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Doorsmeer 225 Tebing Tinggi, 3(2)	Persepsi Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan	Harga, lokasi, dan kualitas pelayanan semuanya berpengaruh signifikan (parsial) terhadap kepuasan; dan secara simultan ketiganya juga berpengaruh bersama-sama.
8	Putri, Wahyudi & Nuraeni (2025)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel UD. Jaya Utama Motor Mojokerto, 3 (1)	Kualitas Pelayanan , Harga, Lokasi, Kepuasan Pelanggan	Koefisien regresi menunjukkan ketiga variabel (pelayanan, harga, lokasi) memberikan kontribusi positif ke kepuasan; semua variabel berpengaruh signifikan.
9	Oktaviardhana, Gunadi	Pengaruh Persepsi Harga,	Persepsi Harga,	Persepsi harga dan kualitas pelayanan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Hasil Penelitian
	& Usadi (2025)	Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Dealer PT. Astra Motor Ubud Di Denpasar, 6 (10)	Kualitas Pelayanan, Promosi, Kepuasan Pelanggan	berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Promosi juga diuji tetapi dalam konteks penelitian ini kualitas pelayanan dan harga adalah faktor penting
10	Najib, Setianingsih & Saidah (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Pada Bengkel AHASS Cahaya Motor Jajag Banyuwangi), 1 (12)	Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Lokasi, Kepuasan Pelanggan	Semua variabel (kualitas pelayanan, harga, dan lokasi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; kualitas pelayanan menjadi variabel paling dominan.

2.8 Kerangka Berpikir

Berdasarkan fondasi teori dan kajian penelitian sebelumnya, kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

Proses pembentukan kepuasan pelanggan pada jasa *service* motor merupakan tahapan yang rumit dan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Dalam studi ini, tiga elemen kunci yang dianggap memberikan pengaruh adalah persepsi harga, lokasi, dan kualitas pelayanan.

1. Persepsi Harga → Kepuasan Pelanggan

Persepsi harga merupakan penilaian subjektif konsumen terhadap tingkat harga suatu layanan, yang tidak selalu sama dengan harga objektif

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang ditetapkan oleh penyedia layanan. Persepsi harga mampu membangun evaluasi konsumen terhadap kewajaran biaya *service* motor yang harus dikeluarkan. Pelanggan memiliki kecenderungan untuk mempertimbangkan kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan kualitas layanan yang diterima.

Dalam konteks *service* motor, persepsi harga yang wajar dan transparan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan karena pelanggan merasa mendapatkan nilai yang sepadan (*value for money*). Ketika konsumen mempersepsikan bahwa harga *service* sesuai dengan kualitas perbaikan, keandalan suku cadang, dan profesionalisme layanan, maka tingkat kepuasan mereka akan meningkat. Sebaliknya, jika konsumen menganggap harga terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan kualitas yang memadai, tingkat kepuasan mereka akan menurun.

2. Lokasi → Kepuasan Pelanggan

Lokasi bengkel *service* motor memiliki peran strategis dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Lokasi yang strategis, mudah diakses, dan dekat dengan pusat aktivitas pelanggan memberikan nilai tambah berupa kemudahan dan efisiensi waktu. Pelanggan yang dapat mengakses bengkel dengan mudah tanpa harus menempuh perjalanan jauh atau menghadapi kesulitan akses cenderung memiliki pengalaman positif yang berkontribusi terhadap kepuasan mereka.

Lokasi yang strategis mencakup beberapa aspek penting: kemudahan akses dari berbagai arah, ketersediaan area parkir yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memadai, lingkungan yang aman dan nyaman, serta kedekatan dengan area pemukiman atau pusat aktivitas masyarakat. Ketika pelanggan dapat dengan mudah mencapai bengkel untuk melakukan *service* rutin atau perbaikan mendadak, mereka akan merasa lebih puas dengan layanan yang diberikan.

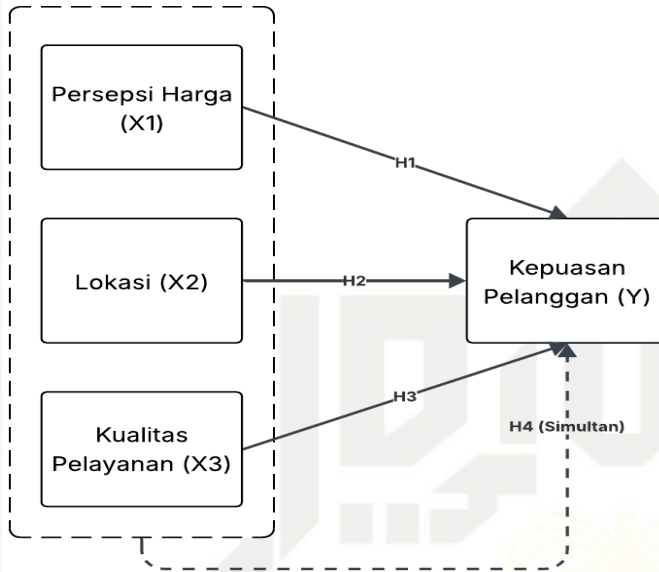
3. Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan faktor krusial yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada jasa *service* motor. Kualitas pelayanan mencakup kemampuan bengkel dalam memberikan layanan yang handal, kecepatan dan ketepatan dalam merespon kebutuhan pelanggan, kompetensi mekanik dalam melakukan perbaikan, penggunaan suku cadang yang berkualitas, serta kebersihan dan kenyamanan fasilitas bengkel. Pelanggan yang mendapatkan kualitas pelayanan yang baik merasa dihargai dan diperhatikan kebutuhannya, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan mereka.

Bengkel yang mampu memberikan pelayanan berkualitas tinggi mulai dari penerimaan pelanggan yang ramah, proses diagnosis yang akurat, perbaikan yang tepat waktu, komunikasi yang jelas mengenai kondisi kendaraan, hingga penyerahan kendaraan yang memuaskan akan memperoleh penilaian kepuasan yang lebih tinggi dari pelanggan. Kualitas pelayanan yang konsisten juga membangun kepercayaan pelanggan terhadap kemampuan bengkel dalam menangani kendaraan mereka.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2.9 Kerangka Konseptual



Keterangan Gambar :

- > : Pengaruh Secara Parsial
- - - - -> : Pengaruh Secara Simultan

Berdasarkan kerangka konseptual di atas, dapat dijelaskan hubungan antar variabel sebagai berikut:

1. **H1:** Diduga persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *service* motor di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru (Studi Kasus AHASS Motor).
2. **H2:** Diduga lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *service* motor di Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru (Studi Kasus AHASS Motor).
3. **H3:** Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *service* motor di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru (Studi Kasus AHASS Motor).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. **H4:** Diduga persepsi harga, lokasi, dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *service* motor di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru (Studi Kasus AHASS Motor).

2.10 Operasional Tabel

Operasional variabel merupakan penjabaran dari variabel penelitian ke dalam indikator-indikator yang dapat diukur dan diamati secara empiris. Berikut adalah operasional variabel dalam penelitian ini:

Tabel 2.2 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kepuasan Pelanggan (Y)	"Kualitas pelayanan dimulai dari kebutuhan pelanggan dan diakhiri dengan kepuasan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor terpenting bagi perusahaan yang bersangkutan, agar perusahaan dapat terus berdiri dan berkembang" Tjiptono (2022), pada jurnal Ilahi AAA, Arifuddin (2022)	1. Kesesuaian Harapan 2. Minat Berkunjung Kembali 3. Kesiediaan Merekomendasikan 4. Kepuasan Keseluruhan
Persepsi Harga (X1)	Persepsi harga pada dealer sepeda motor secara signifikan berkontribusi pada kepuasan pelanggan, mendukung pentingnya persepsi harga dalam mempertahankan loyalitas pelanggan bengkel (Oktaviardhana et al, 2025)	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas 3. Kesesuaian harga dengan manfaat 4. Daya saing harga
Lokasi (X2)	pemilihan lokasi yang tepat memiliki peran strategis karena berhubungan langsung dengan peluang keberhasilan dan daya saing suatu usaha, terutama pada sektor jasa yang mengandalkan kemudahan akses dan kenyamanan pelanggan (Mutianisa dan Cahyani 2024)	1. Kemudahan Akses 2. Keterjangkauan Lokasi 3. Ketersediaan Area Parkir 4. Keamanan dan Kenyamanan Lingkungan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kualitas Pelayanan (X3)	kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan bengkel, menunjukkan pentingnya mempertahankan standar pelayanan yang konsisten.(Kurniasih et al., 2024)	1. Ketepatan Waktu Pengerjaan 2. Keahlian dan Profesionalisme Mekanik 3. Keramahan dan Kesopanan Petugas 4. Komunikasi yang Efektif

2.11 Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual di atas, dapat dijelaskan hubungan antar variabel sebagai berikut:

1. **H1:** Diduga persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *service* motor di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru (Studi Kasus AHASS Motor).
2. **H2:** Diduga lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *service* motor di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru (Studi Kasus AHASS Motor).
3. **H3:** Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *service* motor di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru (Studi Kasus AHASS Motor).
4. **H4:** Diduga persepsi harga, lokasi, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *service* motor di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru (Studi Kasus AHASS Motor).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di *service* motor AHASS Motor yang berada di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru.

2. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Desember 2025 hingga bulan Februari 2026.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang dibutuhkan untuk analisis dalam penelitian ini dikumpulkan dari sumber data primer dan data sekunder dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono, (2022) data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tanggapan responden yang diperoleh melalui kuesioner yang diisi oleh customer *service* di AHASS Motor di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru..

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono, (2022) data sekunder yaitu sumber data yang memberikan data pada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen Serta literatur yang relevan seperti jurnal, buku referensi,

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan lain-lain yang dianggap perlu dalam penelitian ini, serta pemanfaatan internet untuk mengumpulkan data yang berhubungan dengan penelitian.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan, peneliti menggunakan metode berikut:

1. Kuesioner

Merupakan salah satu alat ukur yang dipergunakan sebagai pengukur keajegan yang digunakan untuk penelitian. Menurut Sugiyono (2020), kuesioner juga disebut sebagai sekumpulan pertanyaan atau pernyataan yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari seseorang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan. kuesioner memiliki peran penting untuk menentukan kebenaran data yang didapatkan pada setiap penelitian. Kebenaran data yang didapatkan sangat ditentukan oleh kualitas instrumen yang digunakan Skala Pengukuran

Alat pengukuran data penelitian ini menggunakan skala Likert. Sugiyono (2020) menyatakan bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dalam penelitian. Untuk keperluan analisis kuantitatif, jawaban dapat diberikan skor sebagai berikut.

2. Studi dokumentasi

Studi dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data sekunder yang mendukung dan memperkuat temuan dari data primer. Dokumentasi yang dikaji mencakup data akademik mengenai jumlah pelanggan yang *service*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

motor di AHASS Motor Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru. Studi dokumentasi ini berguna untuk memperkaya Latar belakang konteks dan menguatkan urgensi penelitian.

3. Skala Pengukuran

Alat pengukuran data penelitian ini menggunakan skala likert. Sugiyono (2020) menyatakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dalam penelitian.

Untuk keputusan analisis kuantitatif, maka jawaban dapat diberikan skor seperti :

No	Kategori	Skor/Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2022), populasi adalah Kumpulan objek atau subjek yang memiliki ciri-ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulan.

Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari pelanggan yang pernah *service* motor di AHASS Motor Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru..

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, karena tidak ada yang menyediakan informasi pasti tentang jumlah konsumen

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2022), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini digunakan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan sampling *purposive*, artinya setiap individu yang digunakan sebagai sampel dipilih secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu. Karakteristik suatu responden yang bisa menjadi sampel adalah:

- a. Mempunyai sepeda motor.
- b. Berusia minimal 17 tahun (memiliki SIM atau dapat mengendarai sepeda motor secara legal).
- c. Pelanggan yang telah menggunakan jasa *service* motor di AHASS motor yang berada di kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru.

Sampel ini diambil karena penelitian ini tidak mungkin diteliti seluruh anggota populasi konsumen. Pencarian sampel ini ditentukan dengan menggunakan rumus lemeshow Untuk menentukan besar sampel pada penelitian estimasi proporsi (satu populasi) dengan populasi besar (tidak diketahui jumlahnya), digunakan rumus sebagai berikut:

$$n = z^2pq$$

$$e^2$$

$$n = (1.96)^2(0,5)(0,5)$$

$$(0,1)^2$$

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$n = 96,04$ dibulatkan menjadi 100 orang

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Harga Dalam tabel normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 0,5

q = Peluang salah 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error) 10%

Untuk mengantisipasi adanya data responden yang kurang lengkap atau tidak dapat digunakan sehingga mempengaruhi jumlah sampel yang diolah maka jumlah sampel yang awalnya 96 dibulatkan ke 100 responden.

3.5 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif untuk menghasilkan dan menjelaskan hasil penelitian saat ini dengan menggunakan persamaan rumus matematis, menghubungkannya dengan teori yang ada, dan kemudian sampai pada kesimpulan. Menurut Sugiyono (2022), analisis data menggunakan statistik dalam penelitian kuantitatif

3.6 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2020) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi, validitas ingin mengukur

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur.

H_0 diterima apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$.

H_0 ditolak apabila $r \text{ statistic} < r \text{ tabel}$.

Jika hasil signifikan maka masing-masing indikator pertanyaan ataupun pernyataan adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018) uji reliabilitas adalah uji coba yang digunakan untuk menilai keandalan suatu instrumen pengukuran. Ini juga berlaku untuk uji coba yang digunakan sebagai penanda variabel atau konstruk terkait. Konsistensi atau stabilitas jawaban yang ditunjukkan oleh seseorang terhadap pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut dari waktu ke waktu.

- a. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.
- b. Suatu variabel dikatakan tidak reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $< 0,60$

3.7 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini terbebas dari penyimpangan asumsi klasik atau tidak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengetahui apakah di dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik haruslah mempunyai data yang berdistribusi normal. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik dengan *Kolmogorof-Smirnov* (Ghozali, 2018).

Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka dinyatakan data berdistribusi normal.
- b. nilai signifikansi $< 0,05$, maka dinyatakan data berdistribusi tidak normal.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018) Uji Multikolinearitas merupakan identifikasi terhadap beberapa daa nilai yang sama pada suatu bentuk regresi variabel independen yang terdiri dari Persepsi harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan gejala penelitian yang ditunjukkan oleh variabel dependen. Apabila seluruh variabel bebas menghasilkan nilai sesuai syarat yang telah ditentukan tersebut, maka data terhindar dari problem Multikolinearitas. Agar data terhindar dari masalah multikolinearitas, maka dibandingkan dengan nilai tolerance dan VIF (*variance inflation factor*) dengan syarat:

- a. Nilai *tolerance* setiap variabel bebas menghasilkan angka $> 0,1$.
- b. Nilai VIF setiap variabel bebas < 10 .

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali, (2018) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam pengamatan ini untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen (Ghozali, 2018).

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika nilai $p\text{-value} \geq 0,05$ maka H_0 diterima, yang artinya tidak terdapat masalah heteroskedastisitas
- b. Jika nilai $p\text{-value} \leq 0,05$ maka H_0 ditolak yang artinya terdapat masalah heteroskedastisitas.

3.8 Uji Regresi Berganda

Sugiyono (2022) Menjelaskan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Perubahan pada variabel bebas akan membawa perubahan pada variabel terikatnya. Besar pengaruh tersebut dapat dijelaskan pada persamaan tersebut.

Berikut rumus metode analisis regresi berganda :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e_{il}$$

Keterangan :

A = Konstanta

Y = Kepuasan Pelanggan

X₁ = Persepsi Harga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X_2 = Lokasi

X_3 = Kualitas Pelayanan

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi

e_{it} = Nilai Residu

3.9 Uji Hipotesis

1. Uji T

Menurut Ghozali, (2018) Uji T digunakan untuk menguji apakah variabel bebas berpengaruh secara individual mempunyai hubungan yang signifikan atau 56 tidak terhadap variabel terikat uji ini dilakukan untuk mengukur tingkat signifikansi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dalam model regresi, dengan ketentuan menggunakan tingkat signifikansi 5% dengan uji 2 sisi atau 0,05. Suatu variabel akan memiliki pengaruh yang berarti jika :

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$ maka H_0 ditolak, H_a diterima artinya terdapat pengaruh secara parsial antara *service* motor, Persepsi Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Service* Motor di AHASS Motor.
- b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig > \alpha$ maka H_0 diterima, H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antara *service* motor, Persepsi Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Service* Motor di AHASS Motor.

2. Uji F

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen (X_1 : Persepsi Harga, X_2 : Lokasi, X_3 : Kualitas Pelayanan) secara bersama -

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen (Y: Kepuasan Pelanggan). Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan $F < 0.05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Ghozali, 2018).

Uji simultan digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama - sama atau simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut (Ghozali, 2018):

- a. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya semua variabel independent/bebas independent (X1: Persepsi Harga, X2: Lokasi, X3: Kualitas Pelayanan) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat (Y: Kepuasan Pelanggan) AHASS Motor.
- b. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $Sig > \alpha$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, semua variabel independent/bebas (X1: Persepsi Harga, X2: Lokasi, X3: Kualitas Pelayanan) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat (Y: Kepuasan Pelanggan) AHASS Motor.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghozali, (2018), Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, dengan melihat nilai Adjusted R². Analisis determinasi merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar variabel X memberikan kontribusi terhadap variabel Y. Analisis ini digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Jika koefisien 58 determinasi (R²) = 0, artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen.

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat. Besarnya nilai R berkisar antara 0-1, semakin mendekati angka 1 nilai tersebut maka semakin besar pula variabel bebas mampu R menjelaskan variabel terikat. (Sugiyono, 2022). Berikut tingkat korelasi dan nilai R dijelaskan dibawah ini:

No	Interval Keberhasilan	Interpretasi
1	0	Tidak Berkorelasi
2	0,01- 0,20	Sangat Rendah
3	0,21- 0,40	Rendah
4	0,41- 0,60	Agak Rendah
5	0,61- 0,80	Cukup
6	0.81- 0,99	Tinggi
7	1	Sangat Tinggi

Sumber: (Sugiyono, 2022)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Kecamatan Binawidya

1. Sejarah dan Profil Kecamatan Binawidya

Kecamatan Binawidya merupakan salah satu dari 12 kecamatan yang ada di Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Kecamatan ini dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kota Pekanbaru dengan tujuan untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dan mempercepat pembangunan di wilayah Kota Pekanbaru bagian tengah.

Secara geografis, Kecamatan Binawidya berbatasan dengan:

- a. Sebelah Utara: Kecamatan Tuah Madani
- b. Sebelah Selatan: Kecamatan Marpoyan Damai
- c. Sebelah Barat: Kecamatan Tampan
- d. Sebelah Timur: Kecamatan Bukit Raya

2. Kondisi Demografis

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru Tahun 2024, Kecamatan Binawidya memiliki karakteristik demografis sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 4.1 Data Demografis Kecamatan Binawidya Tahun 2023

Indikator	Jumlah
Jumlah Penduduk	80.132 jiwa
Jumlah Kepala Keluarga	20.548 KK
Luas Wilayah	22,85 km ²
Kepadatan Penduduk	3.506 jiwa/km ²
Jumlah Kelurahan	4 Kelurahan

(Sumber: BPS Kota Pekanbaru, 2024)

Kecamatan Binawidya terdiri dari 4 kelurahan, yaitu:

- a. Kelurahan Simpang Baru
 - b. Kelurahan Sidomulyo Barat
 - c. Kelurahan Labuh Baru Barat
 - d. Kelurahan Labuh Baru Timur
3. Kondisi Sosial Ekonomi

Kecamatan Binawidya merupakan salah satu wilayah di Kota Pekanbaru yang mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir, terutama sebagai kawasan pendidikan dan bisnis. Perkembangan tersebut ditandai dengan:

- a. Pertumbuhan Ekonomi: Berkembangnya pusat-pusat perbelanjaan modern seperti mall, minimarket, dan toko retail, Menjamurnya usaha jasa perbaikan dan perawatan kendaraan bermotor, Pertumbuhan sektor perdagangan dan jasa yang signifikan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Infrastruktur: Akses jalan yang baik dan terus berkembang, Tersedianya jalan protokol seperti Jalan Soekarno-Hatta dan Jalan HR. Soebrantas, Kemudahan akses transportasi umum.
 - c. Pendidikan: Terdapat berbagai lembaga pendidikan dari tingkat dasar hingga perguruan tinggi, Keberadaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Berbagai sekolah swasta dan negeri berkualitas.
4. Karakteristik Konsumen Jasa *Service* Motor di Kecamatan Binawidya

Karakteristik konsumen jasa *service* motor di Kecamatan Binawidya memiliki keunikan tersendiri yang membedakannya dengan wilayah lain, antara lain:

- a. Tingkat Pendidikan: Mayoritas pemilik sepeda motor memiliki tingkat pendidikan menengah ke atas, yang berimplikasi pada kesadaran tinggi terhadap pentingnya perawatan berkala dan kualitas layanan *service*.
- b. Tingkat Ekonomi: Mayoritas masyarakat memiliki tingkat ekonomi menengah, yang memungkinkan mereka untuk memilih layanan *service* dengan kualitas yang baik meskipun dengan harga yang sedikit lebih tinggi.
- c. Akses Informasi: Konsumen memiliki akses yang baik terhadap informasi tentang bengkel dan layanan *service* melalui internet, media sosial, dan komunitas pengendara motor.
- d. Kesadaran Perawatan: Tingginya kesadaran konsumen terhadap pentingnya perawatan rutin sepeda motor membuat mereka lebih selektif dalam memilih bengkel *service*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Pola *Service*: Konsumen cenderung melakukan *service* berkala sesuai rekomendasi pabrikan dan memilih bengkel yang memberikan jaminan kualitas.

5. Bengkel *Service* Motor di Kecamatan Binawidya

Di Kecamatan Binawidya terdapat berbagai jenis bengkel *service* motor, antara lain:

- a. Bengkel Resmi (AHASS): Bengkel resmi Honda yang tersebar di beberapa lokasi strategis di Kecamatan Binawidya, menyediakan layanan *service* dengan standar pabrikan.
- b. Bengkel Non-Resmi: Bengkel independen yang menyediakan layanan *service* dengan harga yang lebih kompetitif namun tanpa jaminan dari pabrikan.
- c. Bengkel Spesialis: Bengkel yang fokus pada jenis layanan tertentu seperti modifikasi, perbaikan mesin, atau kelistrikan.

Keberadaan berbagai jenis bengkel ini memberikan pilihan kepada konsumen sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka dalam hal kualitas layanan, harga, dan lokasi.

4.2 Gambaran Umum AHASS Motor di Kecamatan Binawidya

1. Profil AHASS Motor

AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*) adalah jaringan bengkel resmi sepeda motor Honda yang tersebar di seluruh Indonesia. AHASS Motor di Kecamatan Binawidya merupakan salah satu bengkel

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

resmi Honda yang berkomitmen memberikan pelayanan terbaik dengan standar tertinggi sesuai dengan standar PT Astra Honda Motor.

a. Visi: Menjadi bengkel resmi Honda pilihan utama masyarakat Kecamatan Binawidya dan sekitarnya dengan memberikan pelayanan terbaik dan terpercaya.

b. Misi:

- 1) Memberikan pelayanan *service* motor dengan kualitas standar pabrikan
- 2) Menggunakan suku cadang asli Honda untuk menjaga performa optimal kendaraan
- 3) Menyediakan tenaga mekanik yang terlatih dan bersertifikat
- 4) Memberikan harga yang transparan dan kompetitif
- 5) Membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan

2. Lokasi dan Aksesibilitas

AHASS Motor di Kecamatan Binawidya berlokasi di area yang strategis dengan karakteristik sebagai berikut:

a. Lokasi Strategis:

- 1) Berada di jalur utama yang mudah dijangkau dari berbagai wilayah di Kecamatan Binawidya Tepatnya di Jl. H.R. Soebrantas.A1 – A3, Simpang Baru, Binawidya, Pekanbaru, Riau 28293
- 2) Dekat dengan pusat kegiatan masyarakat seperti kampus, perkantoran, dan pemukiman
- 3) Akses jalan yang baik dan tidak terlalu padat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Fasilitas Parkir:

- 1) Area parkir yang luas untuk menampung kendaraan pelanggan
- 2) Tempat khusus untuk motor yang sedang dalam antrian *service*
- 3) Keamanan yang terjaga dengan baik

c. Kemudahan Akses:

- 1) Dapat dijangkau dengan kendaraan pribadi maupun transportasi umum
- 2) Papan nama yang jelas dan mudah terlihat dari jalan raya
- 3) Petunjuk arah yang memadai

4.3 Relevansi Lokasi dengan Penelitian

Pemilihan AHASS Motor di Kecamatan Binawidya sebagai objek penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan:

1. Potensi Pasar yang Besar

Dengan jumlah sepeda motor mencapai 46.280 unit di Kecamatan Binawidya, terdapat basis pelanggan potensial yang sangat besar untuk jasa *service* motor. Setiap motor memerlukan *service* berkala minimal 3-4 kali per tahun, sehingga potensi transaksi *service* sangat tinggi.

2. Karakteristik Demografis

Karakteristik penduduk Kecamatan Binawidya yang mayoritas berpendidikan dan berpenghasilan menengah menciptakan ekspektasi yang tinggi terhadap kualitas layanan. Hal ini menjadikan lokasi ini ideal untuk penelitian tentang pengaruh persepsi harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Tingkat Persaingan

Tingginya tingkat persaingan antara bengkel resmi dan non-resmi di Kecamatan Binawidya membuat variabel-variabel seperti persepsi harga, lokasi, dan kualitas pelayanan menjadi sangat krusial dalam mempengaruhi kepuasan dan pilihan pelanggan.

4. Aksesibilitas

Lokasi Kecamatan Binawidya yang strategis dan mudah dijangkau memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data dari responden yang beragam, mencakup berbagai kalangan dan latar belakang.

5. Representativitas

Sebagai salah satu kecamatan dengan jumlah kendaraan bermotor terbesar ketiga di Kota Pekanbaru, Kecamatan Binawidya dapat menjadi representasi yang baik untuk menggambarkan perilaku konsumen jasa *service* motor di Kota Pekanbaru secara keseluruhan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *service* motor di AHASS Motor Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa Persepsi Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *service* motor di AHASS Motor Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,076 dengan nilai signifikansi 0,300 ($> 0,05$) dan t hitung $1,043 < t$ tabel 1,985. Meskipun menunjukkan arah hubungan yang positif, namun pengaruh tersebut tidak cukup kuat secara statistik. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa Persepsi Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan ditolak.

2. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *service* motor di AHASS Motor Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,290 dengan nilai signifikansi 0,014 ($< 0,05$) serta nilai t hitung $2,506 > t$ tabel 1,985. Lokasi merupakan variabel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang memiliki pengaruh signifikan dengan nilai *standardized* beta sebesar 0,231. Dengan demikian, hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan diterima

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada service motor di AHASS Motor Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,644 dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$) serta nilai t hitung 6,489 $>$ t tabel 1,985. Kualitas Pelayanan merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai *standardized* beta sebesar 0,594. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan diterima.

4. Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan secara Simultan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji hipotesis keempat menunjukkan bahwa Persepsi Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada service motor di AHASS Motor Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 64,119 $>$ F tabel 2,70 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Nilai R Square sebesar 0,667 menunjukkan bahwa sebesar 66,7% variasi Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut, sedangkan sisanya 33,3% dipengaruhi oleh faktor lain

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

di luar model penelitian ini. Dengan demikian, hipotesis keempat (H_4) yang menyatakan bahwa Persepsi Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan diterima.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa Kualitas Pelayanan dan Lokasi merupakan faktor-faktor penting yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada *service* motor di AHASS Motor Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru, dengan Kualitas Pelayanan sebagai faktor yang paling dominan. Meskipun Persepsi Harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan, namun secara bersama-sama dengan Lokasi dan Kualitas Pelayanan, ketiga variabel tersebut mampu memberikan kontribusi yang substansial dalam menjelaskan variasi Kepuasan Pelanggan.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Saran Praktis untuk AHASS Motor
 - a. Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Meningkat Kualitas Pelayanan merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, AHASS Motor disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara:

- 1) Meningkatkan pelatihan dan kompetensi mekanik secara berkala agar semakin profesional dan terampil dalam menangani berbagai jenis perbaikan dan perawatan motor.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Meningkatkan ketepatan waktu dalam penyelesaian *service* sesuai dengan yang dijanjikan kepada pelanggan dengan menerapkan sistem manajemen waktu yang lebih baik.
 - 3) Meningkatkan keramahan dan kesopanan petugas dalam melayani pelanggan melalui pelatihan *customer service* yang rutin.
 - 4) Memberikan informasi yang akurat, jelas, dan transparan mengenai biaya *service* dan estimasi waktu pengerjaan kepada pelanggan.
 - 5) Memastikan hasil *service* memenuhi standar kualitas yang tinggi dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.
- b. Mempertahankan dan Mengoptimalkan Lokasi yang Strategis

Lokasi yang strategis telah terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Oleh karena itu, AHASS Motor disarankan untuk:

- 1) Mempertahankan lokasi yang mudah dijangkau dan strategis di Kecamatan Binawidya.
- 2) Meningkatkan fasilitas area parkir agar lebih memadai dan nyaman bagi pelanggan.
- 3) Menjaga kebersihan dan kenyamanan area bengkel, terutama ruang tunggu pelanggan.
- 4) Memastikan lingkungan sekitar bengkel tetap aman dan kondusif.
- 5) Meningkatkan akses informasi lokasi melalui media digital seperti Google Maps, website, dan media sosial agar lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Mengoptimalkan Strategi Persepsi Harga

Meskipun Persepsi Harga tidak berpengaruh signifikan secara parsial, namun AHASS Motor tetap perlu memperhatikan aspek ini dengan cara:

- 1) Menjaga transparansi harga dengan menyediakan daftar harga *service* yang jelas dan mudah diakses oleh pelanggan.
- 2) Menerapkan strategi penetapan harga yang kompetitif namun tetap mencerminkan kualitas pelayanan yang diberikan.
- 3) Menawarkan paket *service* yang lebih menarik dan memberikan nilai tambah bagi pelanggan, mengingat responden cenderung lebih tertarik dengan paket *service* yang praktis dan menguntungkan.
- 4) Memberikan program promosi atau diskon secara berkala untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.
- 5) Melakukan komunikasi yang efektif mengenai *value for money* yang ditawarkan, sehingga pelanggan dapat memahami bahwa harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas layanan yang diterima.

d. Mengembangkan Strategi Pemasaran Terintegrasi

Mengingat ketiga variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, AHASS Motor disarankan untuk:

- 1) Mengembangkan strategi pemasaran yang mengintegrasikan aspek kualitas pelayanan, lokasi, dan persepsi harga secara bersamaan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Melakukan evaluasi berkala terhadap kepuasan pelanggan melalui survei atau feedback untuk mengidentifikasi area-area yang perlu ditingkatkan.
- 3) Meningkatkan komunikasi dan engagement dengan pelanggan melalui berbagai kanal, seperti media sosial, website, atau aplikasi mobile.
- 4) Membangun program loyalitas pelanggan untuk meningkatkan retensi dan mendorong *word-of-mouth marketing* yang positif.

2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

a. Memperluas Variabel Penelitian

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini, seperti:

- 1) Kualitas produk/suku cadang yang digunakan
- 2) Reputasi dan citra merek (*brand image*)
- 3) Variasi dan kelengkapan layanan *service*
- 4) Kemudahan sistem pembayaran
- 5) Program promosi dan loyalitas pelanggan
- 6) Ketersediaan informasi melalui media digital
- 7) Pengalaman pelanggan (*customer experience*)

Penambahan variabel-variabel tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan dapat menjelaskan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

siswa 33,3% variasi Kepuasan Pelanggan yang belum dijelaskan dalam penelitian ini.

b. Memperluas Cakupan Penelitian

Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan penelitian dengan:

- 1) Melakukan penelitian pada bengkel AHASS di kecamatan atau wilayah lain di Kota Pekanbaru untuk membandingkan hasilnya.
- 2) Melakukan penelitian komparatif antara bengkel resmi (AHASS) dengan bengkel non-resmi untuk melihat perbedaan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- 3) Memperbesar ukuran sampel penelitian untuk meningkatkan generalisasi hasil penelitian.

c. Menggunakan Metode Penelitian yang Berbeda

Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti:

- 1) Menggunakan metode penelitian kualitatif atau *mixed method* untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai persepsi dan pengalaman pelanggan.
- 2) Menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menguji model penelitian yang lebih kompleks dengan mempertimbangkan hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3) Melakukan studi longitudinal untuk melihat perubahan kepuasan pelanggan dari waktu ke waktu.

d. Meneliti Variabel Mediasi dan Moderasi

Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel mediasi atau moderasi, seperti:

- 1) Kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasi antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
- 2) Loyalitas pelanggan sebagai variabel *outcome* dari kepuasan pelanggan.
- 3) Karakteristik demografis (usia, pendidikan, pendapatan) sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel independen terhadap kepuasan pelanggan.

e. Mengatasi Keterbatasan Penelitian

Penelitian selanjutnya disarankan untuk:

- 1) Melakukan analisis yang lebih mendalam terhadap masalah heteroskedastisitas yang ditemukan dalam penelitian ini, misalnya dengan melakukan transformasi data atau menggunakan metode estimasi yang lebih robust.
- 2) Menggunakan teknik sampling yang lebih representatif untuk meningkatkan generalisasi hasil penelitian.
- 3) Memperpanjang periode penelitian untuk mendapatkan data yang lebih komprehensif dan dapat menangkap variasi temporal dalam kepuasan pelanggan.

Dengan menerapkan saran-saran di atas, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, khususnya terkait dengan kepuasan pelanggan pada industri jasa *service* motor, serta memberikan implikasi manajerial yang lebih praktis dan aplikatif bagi pelaku usaha di industri ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdhol, M. R., & Sitohang, A. C. (2024). Analisis kelayakan usaha bengkel sepeda motor di Kecamatan Wonocolo Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 2(3), 167–175. <https://journal.areas.or.id/index.php/jepi/article/view/687>
- Aisyah, R., & Tuti, M. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga dengan kepuasan pelanggan. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 25(2), 177–188. <https://ibn.e-journal.id/index.php/ESENSI/article/view/481>
- Anan, A., & Santoso, R. P. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Ahass Honda Motor PT. Tunas Dwipa Matra Ceweng Diwek Jombang. *Jurnal Ilmiah Research and Development Student (JIS)*, 1(2), 136–149. <https://doi.org/10.59024/jis.v1i2.354>
- Andriani, I., & Yanti, V. Y. (2024). Pengaruh lokasi, nilai pelanggan dan harga terhadap kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan sebagai variabel intervening. *Jurnal Bisnis Digital*, 2(2), 1–16. <https://ejournal.ummuba.ac.id/index.php/JDB/article/view/2482>
- Antara Foto. (2024). *Penjualan motor nasional Januari–September 2024 mencapai 4.872.496 unit*. <https://ramadhan.antaranews.com/foto/4397421/penjualan-motor-nasional-januari-september-meningkat-dibanding-tahun-lalu>
- Ardini, R. L., Chaniago, H., & Sayuti, A. M. (2023). Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen nanostore di Kota Cimahi. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 9(2), 88–97. <https://jurnal.polban.ac.id/an/article/view/3212>
- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 9(1), 85–94. <https://media.neliti.com/media/publications/525236-none-42fd4b69.pdf>
- Asrawan, & Kahar. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pa'jukukang, Bantaeng. *ANALYSIS: Accounting, Management, Economics, and Business*, 2(1), 1–11. <https://journals.eduped.org/index.php/analysis/article/view/905>
- Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru. (2023). *Kecamatan Binawidya dalam angka 2023*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- <https://pekanbarukota.bps.go.id/id/publication/2023/09/26/f00a7271dbfd8125f3534915/kecamatan-binawidya-dalam-angka-2023.html>
- Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru. (2024). *Kota Pekanbaru dalam angka 2024*. <https://pekanbarukota.bps.go.id/en/publication/2024/02/28/0e92e9d9c971131ee3ea3a54/kota-pekanbaru-dalam-angka-2024.html>
- Baskoro, A. K., Marlyana, N., & Bernadhi, B. D. (2022). Analisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dengan mengintegrasikan metode Service Quality (Servqual) dan Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Teknik Industri (JURTI)*, 1(1), 14–23. <https://doi.org/10.30659/jurti.1.1.14-23>
- Batubara, R. W. (2024). Pengaruh harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Doorsmeer 225 Tebing Tinggi. *Digital Business Progress*, 3(2), 71–77. <https://doi.org/10.70021/dbp.v3i2.191>
- Bimbing, A., Tamengkel, L. F., & Mukuan, D. D. S. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Pelita Motor. *Jurnal Administrasi Bisnis*. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jab/article/download/55091/46131/134497>
- Bonga, H. P., Rambulangi, A. C., & Marewa, J. B. (2024). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan konsumen pada UD Discho Indah di Tana Toraja. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(6), 719–728. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i6.4479>
- Claudia, V. G., Panjaitan, F., & Zamhari. (2023). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, harga service terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Motor COMS. *Jurnal Ilmiah Niaga Bisnis Elektronik*, 3(1), 54–59. <https://doi.org/10.61533/jinbe.v3i1.311>
- Daya Motor (2025) — Estimasi Biaya Service AHASS Resmi Honda: <https://daya-motor.com/after-sales/estimated-price/>
- Fadhilah, M. H., Hartoyo, H., & Yuliati, L. N. (2022). *Kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan pada bengkel sepeda motor Honda* [Tesis]. IPB University. <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/115182>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. https://openlibrary.org/books/OL38628194M/Aplikasi_Analisis_Multivariate
- Haykel, T. M., & Halimatussakdiah. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan pada car wash Q Doorsmeer Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 8(4), 1001–1019. <https://jim.usk.ac.id/EKM/article/view/28376>
- Herdiany, H. D., Ningrum, N. R., Setiawan, D. A., & Utomo, C. W. (2023). Pengaruh lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ART Samurai Koi Yogyakarta. *UBMJ (UPY Business and Management Journal)*, 2(1), 36–45. <https://journal.upy.ac.id/index.php/ubmj/article/view/4241>
- Hertina, D., & Dirgasurya, M. H. P. (2023). Pengaruh harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Survey pada Bengkel Berguna Motor di Kota Cimahi). *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(2), 1473. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1358>
- Hikmawati, S. A. (2022). Pengaruh persepsi harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(1), 62–71. <https://ibn.e-journal.id/index.php/ESENSI/article/download/539/417>
- Hinterhuber, A., & Liozu, S. M. (2017). Is innovation in pricing your next source of competitive advantage? *Business Horizons*, 60(3), 391–399. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.01.011>
- Ilahi, A. A. A., & Arifuddin. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. *Amsir Bunga Rampai Journal*, 1(1), 27–40. <https://journal.stieamsir.ac.id/index.php/abrj/article/view/123/99>
- Indonesia.go.id. (2024). *Pendorong utama pertumbuhan ekonomi yang stabil*. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8770/pendorong-utama-pertumbuhan-ekonomi-yang-stabil?lang=1>
- Katadata. (2025, Mei 4). *Jumlah kendaraan bermotor di Kota Pekanbaru*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/transportasi-logistik/statistik/c1f3a490d7c0e8e/jumlah-kendaraan-bermotor-di-kota-pekanbaruhari-ini>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Krisnawati, P. (2024). Strategi pemasaran jasa pelayanan servis pada bengkel Teguh Motor. *Jurnal JEBI*. <https://jurnal.umitra.ac.id/index.php/JEBI/article/download/1718/147>
- Kurniansyah, E. N. H., & Djoko, E. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Bengkel AHASS Motor Nganjuk. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMAK)*, 2(2), 417–430. <https://doi.org/10.70021/dbp.v3i2.191>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Kurniasih, S., Istiharini, R., & Gunawan, M. (2024). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Bengkel Honda Jakarta Center. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia (INOBISS)*. <https://inobis.org/ojs/index.php/jurnal-inobis/article/view/355>
- Lokanesia. (2020). *Daftar bengkel resmi motor Honda di Pekanbaru*. <https://oto.lokanesia.com/daftar-bengkel-resmi-motor-honda-di-pekanbaru/>
- Manengal, B., Kalangi, J. A. F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Motor Ando Tombatu. *Productivity*, 2(1), 8–15. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/32285>
- Mataji, Santoso, S., & Santoso, R. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Resmi Honda AHASS Wadung Asri 1475 Sidoarjo. *Gemah Ripah*. <https://aksiologi.org/index.php/gemahripah/article/view/1785>
- Mau, M., Sumarni, & Hamid, A. (2023). Pengaruh lokasi, harga dan keberagaman produk terhadap minat beli. *Projemen*. <https://ejournal-nipamof.id/index.php/Projemen/article/download/29/64>
- Mirawati, Haruna, B., & Karma. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan karang hias di PT. Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan. *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)*, 2(3), 79–96. <https://doi.org/10.55606/jubima.v2i3.3268>
- Mobilinaneews. (2025, Januari 15). *Sepanjang 2024, AHASS Jakarta–Tangerang servis 3,6 juta unit motor*. <https://www.mobilinaneews.com/artikel/34091/Sepanjang-2024-AHASS-Jakarta---Tangerang-Servis-36-Juta-Unit-Motor/>
- Mobil123 (2025) — Harga Bengkel Resmi Motor Honda Terbaru 2025: <https://www.mobil123.com/berita/harga-bengkel-resmi-motor-honda-terbaru-2025-estimasi-biaya-servis-dan-sparespart-di-ahass-146285/146285>
- Motorplus Online. (2024, Juni 10). *AHM punya AHASS sebagai bengkel resmi motor Honda, segini jumlah AHASS di Indonesia*. <https://www.motorplus-online.com/read/253917693/ahm-punya-ahass-sebagai-bengkel-resmi-motor-honda-segini-jumlah-ahass-di-indonesia>
- Muhajir, A., & Ratnasari, R. (2021). Pengaruh promosi, lokasi, dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa servis motor (Studi pada Servis Motor AHASS Jati Indah Karanggeneng Lamongan). *J-MACC*:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Journal of Management and Accounting*, 4(1), 86–101. <https://e-journal.unisda.ac.id/index.php/J-MACC/article/view/2410>
- Mutianisa, R., & Cahyani, R. R. (2024). Pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha. *Jurnal Kewirausahaan Cerdas dan Digital*, 1(2), 10–17. <https://doi.org/10.61132/jukerdi.v1i2.71>
- Najib, M. A., Setianingsih, W. E., & Saidah, N. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan (Pada Bengkel AHASS Cahaya Motor Jajag Banyuwangi). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(11), 2319–2328. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i11.2561>
- Nisaa, V., & Susanto, P. (2021). Persepsian risiko, kepuasan, citra harga dan niat beli ulang menggunakan M-Commerce: Peran kepercayaan dan sensitivitas harga sebagai pemoderasi. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis (JKMB)*. <https://ejournal.unp.ac.id/index.php/jkmb/article/download/112408/105843>
- Novendra, S. A. (2024). Pengaruh sosial media dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian. *Prosiding Seminar Nasional Inovasi dan Kreativitas Mahasiswa di Bidang Bisnis (PROSEMNAS IMKB)*, 1(1), 347–359. <https://prosiding.arimbi.or.id/index.php/PROSEMNASIMKB/article/download/27/66/285>
- Novita, S., Sefnedi, & Muslim, I. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap minat beli ulang dengan kepuasan konsumen sebagai mediasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 6(4). <https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/view/9335>
- Nurhayati, Y. (2023). Bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. *Jurnal Cantaka*, 1–12. <https://doi.org/10.61492/cantaka.v1i1.13>
- Oktaviani, R., Milana, L., Rifdarmon, R., & Setiawan, H. (2024). Kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel PT. Hayati Pratama Mandiri. *Jurnal Teknologi Pertanian dan Vokasi Indonesia (JTPVI)*. <https://jtpvi.ppj.unp.ac.id/index.php/jtpvi/article/view/185>
- Oktaviardhana, I. P. A., Gunadi, I. G. N. B., & Usadi, M. P. P. (2025). Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di Dealer PT. Astra Motor Ubud. *EMAS: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 6(10). <https://e-journal.umc.ac.id/index.php/VL/article/view/3431>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Paludi, Salman, & Juwita, R. (2021). Pengaruh persepsi harga, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 18(1), 41–53. <https://doi.org/10.25134/equi.v18i1.3498>
- Pradata, D. K., Ratnaningtyas, E. M., & Nurani, R. P. A. (2023). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada Bengkel Mobil Eko Autocare di Sleman). *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(3), 148–162. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i3.425>
- Prasetyo, E., Nasution, I., & Angelia, N. (2024). Responsivitas pelayanan publik pada pelayanan pasien. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Pemerintahan (JIAAP)*. <https://jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/jiapp/article/download/1160/1254>
- Pranata, A. (2022). *Analisis penerapan harga jual jasa pada bengkel CV. Gilang Nusantara Kijang menggunakan metode time and material pricing [Skripsi]*. STIE Pembangunan Tanjungpinang. <https://repo.stie-pembangunan.ac.id/1284/1/16622159.pdf>
- Pujianti, N., Kurniawati, D., & Hidayati, N. (2024). Analisis pengaruh biaya sewa tempat usaha terhadap pendapatan pedagang di Pasar Sidoharjo Lamongan. *Jurnal Akuntansi Universitas 45 Surabaya*. <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/akuntansi/article/download/1465/2047/7572>
- Purnawan, Y. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen cilok tanpa bahan pengawet. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 6(5), 3657–3665. <https://doi.org/10.38035/jemsi.v6i5.5622>
- Putri, A., Wahyudi, W., & Nuraeni, E. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Bengkel UD. Jaya Utama Motor Mojokerto. *Miftah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.61231/miftah.v3i1.146>
- Ramadhani, N. A., & Putra, A. R. (2025). Pengaruh kepercayaan pelanggan, aksesibilitas, lokasi dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan di SPBU 54.601.80 A. Yani Surabaya. *Jurnal Yume*. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/8336>
- Sakina, P. (2024, Oktober 30). AISI perkiraan angka penjualan motor 2024 mendekati 6,5 juta unit. *Antara News*. <https://m.antaranews.com/amp/berita/4431149/aisi-perkiraan-angka-penjualan-motor-2024-mendekati-65-juta-unit>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Santoso, M. N. H., & Sari, H. M. K. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan: Studi pada Bengkel Rojo Utomo Motor. *Journal of Micro, Small and Medium Enterprises*, 1(1), 23–27.
<https://economics.pubmedia.id/index.php/umkm/article/download/399/317>
- Saputra, R. D., Hidayah, A., Miftahudin, M. A., & Inayah, M. N. (2024). Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Body Repair CK Motor Purbalingga. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(12).
<https://journal-laaroiba.com/ojs/index.php/alkharaj/article/download/4689/3958>
- Sari, N. Y., Sutomo, Y., & Nurdianto, A. D. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*.
<https://itbsemarang.ac.id/sijies/index.php/jbe33/article/view/221>
- Setyaningsih, S., Faisal, N. Z., Lucahya, A., Janah, N., Najwa, N., & Mubarak, H. (2025). Hubungan antara persepsi harga dan keputusan pembelian konsumen di Kopi Tuku: Studi akuntansi konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 3(2), 111–127.
<https://journal.areai.or.id/index.php/jepi/article/download/1338/1590/6912>
- Sholihin, M. (2023). Analisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan volume penjualan Bengkel AHASS Galang Motor. *Jurnal Populer*.
<https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/Populer/article/download/541/455>
- Simbolon, H., & Pristiyono, P. (2024). Analisis kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel sepeda motor di Panai Hulu. *YUME: Journal of Management*, 7(3), 277–285.
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/7148>
- Soeti Yani, A., Rasdin, R., Abriandi, A., Diansyah, D., & Natalia, T. (2024). Pemilihan lokasi usaha UMKM yang strategis Desa Pantai Bakti Muara Gembong-Bekasi. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (JPKM)*.
<https://journal.pdphi.com/index.php/JPKM/article/view/100>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung, Alfabeta. https://digi-lib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_35efe6a47227d6031a75569c2f3f39d44fe2db43_1652079047.pdf
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
<https://id.scribd.com/document/729101674/Metode-Penelitian-Kuantitatif-Kualitatif-Dan-r-d-Sugiyono-2020>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (edisi ke-3). Alfabeta. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1188929>
- Suhairi, Adelika, Iswanti, P., & Permata Sari, C. D. (2023). Analisis pricing global dalam pemasaran internasional: Strategi dan faktor penetapan harga. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(4), 1082–1088. <https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/download/21227/7191/52157>
- Sulistiono, A., Fitriadi, B. W., & Pauzy, D. (2022). Pengaruh lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian Mie Baso Elvira Veteran, Kota Tasikmalaya. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, dan Akuntansi*. <https://melatijournal.com/index.php/jisma/en/article/download/63/78/217>
- Syahidin, S., Maharani, D., Nugroho, M., & Paramita, R. (2022). Analisis pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 1–15. <https://jurnal.ugp.ac.id/index.php/gpjer/article/view/209>
- Tamrin, M., Tukinah, U., & Putri, D. A. (2024). Determinan persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Mixue Genuksari Kota Semarang. *Jurnal CAPITAL*, 6(1), 116–136. <https://ejournal.stiesemarang.ac.id/index.php/capital/article/view/543>
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen dan strategi kepuasan pelanggan*. Penerbit Andi.
- Vijay, J. (2024). The expectation confirmation theory: A service perspective. *Gap Bodhitaru: A Global Journal of Humanities*, 7(1). [https://www.gapbodhitaru.org/res/articles/\(10-18\)%20THE%20EXPECTATION%20CONFIRMATION%20THEORY%20A%20SERVICE%20PERSPECTIVE](https://www.gapbodhitaru.org/res/articles/(10-18)%20THE%20EXPECTATION%20CONFIRMATION%20THEORY%20A%20SERVICE%20PERSPECTIVE)
- Wibisono, A. D., & Cahyadi, L. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada e-commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini (JUMBIDTER)*, 1(2), 12–28. <https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUMBIDTER/article/download/73/80/291>
- Wijaya, F., & Sujana, S. (2020). Pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap word of mouth: Studi kasus pada The Jungle Waterpark Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 9–18. <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jipkes/article/view/323>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Wiryono, A., Supriyadi, S., & Putri, D. A. (2024). Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Piranti Berkah Travelindo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 19(1), 10–21. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/12652/pdf>
- Yulianadewi, I., & Sianipar, R. (2024). Teknik penetapan harga strategis: Memaksimalkan profitabilitas dalam lingkungan pasar yang dinamis. *Management Studies and Business Journal (Productivity)*, 5(1), 1–10. <https://journal.ppiibr.com/index.php/productivity/article/view/398>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'Alaikum wr.wb

Saya Rayfanza Syaputra Syarief, mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Sultan Syarif Kasim Riau, sedang melakukan penelitian mengenai

“Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Service* Motor di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru (Studi Kasus AHASS Motor)”

Dengan ini saya bermaksud meminta kesediaan Saudara/i sekalian untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuesioner dengan jawaban yang sejujurnya sesuai dengan pengalaman anda. Jawaban yang anda berikan akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan akan dijamin kerahasiaannya.

Terima kasih atas kesediaan Anda mengisi kuesioner ini.

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Bacalah setiap pernyataan dengan seksama.
2. Beri tanda centang (√) pada satu pilihan jawaban yang paling sesuai.
3. Tidak ada jawaban benar atau salah.
4. Jawaban Anda dijamin kerahasiaannya.

Skala Likert (5 Poin):

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

IDENTITAS RESPONDEN

1. Email
2. Nama/Inisial :
3. Usia :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan
5. Pekerjaan :

Frekuensi *Service* dalam 6 Bulan Terakhir:

- 1–2 kali 3–4 kali 5–6 kali Lebih dari 6 kali

Jenis Layanan *Service* Motor yang pernah anda gunakan di Bengkel AHASS Motor (boleh memilih lebih dari satu) :

- Service* Ringan (ganti oli, cek rem, cek busi)
 Service Berkala (perawatan rutin sesuai jarak tempuh)
 Service Injeksi / Throttle Body
 Service CVT (Motor Matic)
 Penggantian Sparepart (busi, kampas rem, v-belt, dll)
 Lainnya:

PERSEPSI HARGA (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Keterjangkauan Harga					
1	Harga jasa <i>service</i> motor di bengkel ini masih terjangkau sesuai dengan kemampuan saya					
2	Biaya <i>service</i> motor di bengkel ini tidak memberatkan dibandingkan dengan pengeluaran saya					
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas					
3	Harga <i>service</i> motor di bengkel ini sesuai dengan kualitas pengerjaan yang saya terima					
4	Kualitas hasil <i>service</i> sepadan dengan biaya yang saya bayarkan					
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat					
5	Manfaat yang saya rasakan setelah <i>service</i> motor di bengkel ini sebanding dengan biayanya					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6	<i>Service</i> motor di bengkel ini memberikan nilai manfaat yang layak dibandingkan harga yang dibayar					
	Daya Saing Harga					
7	Harga <i>service</i> motor di bengkel ini lebih kompetitif dibandingkan bengkel lain yang sejenis					
8	Jika dibandingkan dengan bengkel lain, harga <i>service</i> di sini termasuk menarik					

LOKASI (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Kemudahan Akses					
1	Lokasi AHASS Motor mudah dijangkau dari tempat tinggal saya					
2	Jalan menuju bengkel cukup nyaman dan tidak menyulitkan					
	Keterjangkauan Lokasi					
3	Jarak bengkel cukup dekat sehingga saya tidak keberatan pergi ke sana					
4	Lokasi bengkel strategis dan mendukung saya memilih <i>service</i> di sini					
	Ketersediaan Area Parkir					
5	Area parkir di AHASS Motor memadai untuk kendaraan pelanggan					
6	Saya merasa mudah menemukan tempat parkir saat datang ke bengkel					
	Keamanan dan Kenyamanan Lingkungan					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7	Lingkungan sekitar bengkel terasa aman dan nyaman					
8	Area bengkel bersih dan nyaman untuk menunggu proses <i>service</i>					

KUALITAS PELAYANAN (X3)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Ketepatan Waktu Pengerjaan					
1	Bengkel menyelesaikan <i>service</i> sesuai waktu yang dijanjikan					
2	Proses pengerjaan kendaraan berjalan tepat waktu tanpa penundaan yang tidak perlu					
	Keahlian & Profesionalisme Mekanik					
3	Mekanik memiliki keahlian yang baik dalam menangani perbaikan kendaraan saya					
4	Mekanik bekerja secara profesional dan teliti					
	Keramahan & Kesopanan Petugas					
5	Petugas bengkel bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan					
6	Petugas menunjukkan sikap sopan dan menghargai pelanggan					
	Komunikasi yang efektif					
7	Petugas memberikan informasi yang akurat mengenai biaya dan estimasi waktu <i>service</i>					
8	Petugas bengkel menjelaskan proses perbaikan sepeda motor dengan jelas					

KEPUASAN PELANGGAN (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Kesesuaian Harapan					
1	Layanan <i>service</i> yang saya terima sesuai dengan harapan saya					
2	Hasil <i>service</i> kendaraan memenuhi ekspektasi saya sebagai pelanggan					
	Minat Berkunjung Kembali					
3	Saya berniat kembali melakukan <i>service</i> di bengkel ini pada waktu mendatang					
4	Saya merasa nyaman dan ingin terus menggunakan layanan bengkel ini					
	Kesediaan Merekomendasikan					
5	Saya bersedia merekomendasikan bengkel ini kepada orang lain					
6	Saya percaya bahwa orang lain juga akan puas bila menggunakan bengkel ini					
	Kepuasan Keseluruhan					
7	Secara Keseluruhan, saya merasa puas dengan pelayanan bengkel ini					
8	Pengalaman saya di bengkel ini memberikan nilai positif secara umum					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 3 Tabel Tabulasi Data

PH 1	PH 2	PH 3	PH 4	PH 5	PH 6	PH 7	PH 8	PH	L K1	L K2	L K3	L K4	L K5	L K6	L K7	L K8	L K
3	3	2	3	3	3	4	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	5	4	4	3	4	5	4	33	3	3	4	4	5	5	4	4	32
2	2	4	4	4	4	3	3	26	4	4	4	5	5	5	5	4	36
2	3	4	3	2	4	4	5	27	2	4	4	4	4	5	4	4	31
2	2	3	4	4	4	3	5	27	3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	4	4	3	26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	4	3	4	3	3	27	3	3	4	3	3	3	3	4	26
4	4	4	4	4	4	2	3	29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	3	4	5	4	3	5	33	5	4	5	4	4	4	4	4	34
2	2	4	4	4	4	5	3	28	5	5	5	5	5	4	5	5	39
3	3	4	4	5	3	3	3	22	3	4	3	4	3	4	5	3	29
3	3	4	4	3	4	4	4	29	3	3	3	3	4	4	4	4	28
1	1	1	1	1	1	3	4	13	3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	5	3	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
1	1	3	3	3	3	3	4	21	2	2	2	3	4	5	4	3	25
4	4	5	5	4	4	4	4	34	3	4	4	4	5	4	4	3	31
2	2	3	4	3	4	4	3	25	4	4	4	4	4	4	3	3	30
4	4	4	5	5	4	3	4	33	5	5	4	3	3	5	4	3	32
3	3	3	3	5	4	3	2	26	4	4	3	4	3	4	3	4	29
2	2	5	5	5	5	4	3	31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	4	3	4	2	3	26	4	4	4	4	3	4	4	4	31
3	4	2	4	2	3	5	4	27	3	3	4	5	4	5	5	4	33

3	4	4	4	4	3	3	28	4	4	4	4	4	4	3	3	30
4	4	4	4	4	3	3	30	4	4	3	3	3	3	3	4	27
4	4	4	5	4	4	3	32	4	4	5	4	5	5	4	4	35
4	4	4	4	3	2	4	29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	4	4	3	3	30	4	4	4	4	5	4	4	4	33
5	3	4	2	4	4	3	25	5	4	4	4	4	3	3	4	31
3	4	4	4	3	4	4	3	29	4	4	3	3	4	4	4	30
2	2	2	4	2	3	4	3	22	4	3	3	4	3	3	4	28
1	1	1	1	1	3	3	12	3	5	5	5	5	5	5	5	38
3	3	4	4	4	3	5	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	4	3	5	4	4	30	5	4	4	5	4	4	3	33
3	4	4	4	4	3	4	30	4	3	3	4	4	4	4	4	30
4	4	4	5	4	4	3	25	4	3	4	4	5	5	3	4	32
4	4	4	4	3	3	5	4	31	2	3	2	3	3	3	4	23
4	4	4	4	4	3	4	31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	3	4	4	3	3	28	4	4	3	4	4	4	4	4	31
3	4	4	4	4	3	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	4	4	3	4	29	5	5	4	3	3	4	4	4	32
3	4	4	4	4	3	5	31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	3	4	4	4	29	3	4	4	3	4	3	3	4	28
3	4	4	4	4	4	5	32	3	4	4	4	4	4	4	4	31
2	2	5	4	4	5	5	4	31	5	5	5	4	4	4	5	37
4	4	4	4	4	3	3	30	4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	3	5	5	5	5	3	34	4	4	4	4	3	2	3	27
4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	4	4	4	5	4	5	34
3	3	3	3	3	4	4	4	26	3	3	3	3	3	3	3	24

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dianggap melanggar sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3	5	4	5	5	5	3	4	34	1	5	5	5	3	5	5	5	34
4	3	4	4	4	4	3	3	29	5	4	5	4	4	4	4	4	34
3	3	4	5	4	5	5	4	33	5	4	4	4	5	3	3	4	32
3	3	3	3	3	3	5	4	27	4	3	3	4	4	4	4	4	30
4	5	4	4	4	2	3	3	29	3	4	5	5	4	5	4	4	34
2	2	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	3	4	31	3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	5	5	5	5	5	4	35	5	4	4	4	4	4	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	4	39	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	5	4	4	4	4	32	4	4	4	4	5	5	5	5	36
3	3	4	4	4	4	3	3	28	5	4	4	4	4	4	3	4	32
3	3	3	3	3	3	4	5	27	3	3	3	4	4	4	3	3	27
4	2	5	5	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	5	5	4	39
4	4	4	4	4	4	5	3	32	4	4	5	4	4	3	4	3	31
3	3	4	4	4	4	2	3	27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	5	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	5	5	34
3	3	3	4	4	4	5	5	31	4	4	3	4	4	4	3	3	29
3	3	2	4	4	4	4	4	28	3	3	3	3	3	3	3	4	25
2	2	4	4	3	4	4	4	27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	3	5	3	4	3	32	5	4	2	5	2	3	5	5	31
4	4	4	4	4	4	3	3	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	4	3	3	4	3	27	1	3	1	3	3	3	3	3	20
3	3	3	3	3	3	4	3	25	4	1	3	3	3	3	3	3	23
3	3	2	3	3	4	3	3	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	4	2	3	4	4	27	3	4	3	4	4	4	4	3	29
3	2	2	2	3	2	3	3	20	3	3	2	4	2	2	3	3	22

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	4	3	4	4	4	3	3	4	29	4	4	4	4	4	4	4	3	31
1	2	4	4	3	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	3	4	4	2	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	4	4	4	3	4	4	29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	5	5	5	3	4	4	37	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	5	4	4	5	4	33	4	4	4	3	5	4	3	4	31
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	4	3	4	4	4	32
7	4	4	4	5	4	5	4	4	35	4	4	4	5	4	3	4	4	32
8	4	4	5	5	5	4	5	4	37	4	4	3	4	5	4	5	4	33
9	4	4	5	4	5	5	5	5	37	4	5	5	4	4	5	5	4	36
10	2	2	3	3	3	4	4	4	25	3	4	4	4	4	4	3	3	29
11	3	3	4	4	4	4	4	3	29	4	4	4	4	3	3	4	4	30
12	4	4	4	5	5	5	3	4	34	3	4	4	4	4	5	5	4	33
13	2	2	3	3	4	2	4	4	24	3	4	3	3	3	3	4	4	27
14	3	3	3	4	4	4	5	5	31	3	3	3	3	3	4	4	4	27
15	4	4	4	4	4	3	3	3	30	3	3	3	4	4	4	3	3	27
16	5	5	5	5	5	4	4	4	38	3	3	3	5	5	5	5	5	34
17	3	3	5	4	4	3	4	3	29	4	4	4	3	5	5	4	4	33
18	2	4	5	5	5	5	4	3	33	4	5	4	4	4	4	5	5	35
19	4	3	5	5	4	4	3	3	31	5	4	5	4	4	4	5	4	35
20	4	5	3	4	5	4	3	3	31	4	4	5	4	5	5	4	5	36
21	4	5	4	4	5	5	3	4	34	4	5	3	5	4	4	4	5	34
22	4	3	5	4	4	5	3	4	32	4	5	4	4	5	3	4	5	34
23	4	4	3	5	4	3	3	5	31	4	4	5	3	5	5	3	4	33
24	4	4	5	3	3	4	3	3	29	3	5	3	3	4	5	3	3	29
25	4	4	5	4	5	4	3	3	32	5	4	4	5	4	3	3	4	32

KP	KP	KP	KP	KP	KP	KP	KP	KP	KP	KP	KP	KP	KP	KP	KP	KP	KP	KP
1	2	3	4	5	6	7	8		L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7	L8	L	
2	3	3	3	3	3	3	2	22	2	3	2	3	3	3	5	4	25	
4	4	3	4	5	5	5	4	34	4	5	4	4	5	5	5	3	35	
5	5	4	4	5	4	5	5	37	4	4	4	5	4	5	4	4	34	
4	4	5	5	5	5	5	5	38	4	4	5	5	5	5	5	4	37	
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	24	
3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	3	3	3	3	28	
4	4	4	5	4	5	5	5	36	4	4	5	5	5	5	4	5	37	
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
5	4	5	5	4	4	5	4	36	5	4	4	5	4	4	5	4	35	
5	4	5	5	5	5	5	5	39	5	4	5	5	5	5	5	5	39	
3	5	4	4	4	4	4	3	31	4	3	4	4	3	3	4	3	28	
4	4	4	3	4	4	4	4	31	3	3	4	3	4	3	3	3	26	
2	2	2	2	2	2	2	2	16	2	2	2	2	2	2	2	2	16	
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
4	4	3	3	3	3	3	3	26	4	4	3	3	3	3	3	4	27	
4	3	5	4	4	4	4	4	32	4	4	3	4	4	4	4	5	32	
4	4	3	3	5	3	3	4	29	3	2	3	3	4	4	3	3	25	
5	4	4	3	4	4	5	4	33	5	5	4	4	4	4	4	3	33	
4	4	5	5	5	5	5	4	37	3	4	5	5	5	4	3	5	34	
4	4	5	5	5	5	5	5	38	5	5	4	4	5	3	4	5	35	
4	4	4	5	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	3	4	4	31	
5	5	4	4	4	4	5	5	36	4	4	3	3	3	3	3	4	27	
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	5	5	34	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	5	5	4	4	5	5	4	36	4	5	4	5	4	5	5	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	5	4	4	4	5	4	4	34	4	4	4	4	5	5	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	3	3	3	3	28
4	4	4	3	4	4	4	5	32	4	4	3	4	4	4	4	4	31
3	4	3	3	4	4	4	3	28	3	3	3	4	4	4	4	3	28
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	5	5	5	5	5	38	4	3	4	5	4	4	5	5	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	5	4	4	4	33	4	5	5	5	5	3	5	5	37
3	4	3	4	2	3	4	2	25	3	3	3	4	4	3	4	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	4	3	4	4	4	32	5	4	3	4	3	4	4	4	31
4	4	4	3	4	4	3	4	30	2	4	4	4	4	4	4	4	30
3	3	4	4	3	3	4	3	27	4	3	4	4	4	4	4	5	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	2	3	3	4	4	4	3	25	4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	4	5	5	4	4	3	2	31	3	4	5	5	5	3	5	4	34
5	3	4	4	4	3	4	3	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	4	3	3	3	25	3	5	3	3	4	3	3	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	5	4	5	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	32

© Hak Cipta Ditangguhkan oleh UIN Suska Riau

Hak Cipta Ditangguhkan oleh UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	3	3	4	4	4	4	29	4	4	4	4	3	3	4	4	30
4	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	5	4	5	4	4	5	35	4	4	4	4	4	4	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	5	4	4	5	5	5	37	5	5	4	3	3	4	5	5	34
5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	4	4	5	38	4	4	5	5	5	5	5	5	38
4	3	3	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	2	5	5	4	33	4	4	5	5	5	4	4	4	35
3	3	3	3	4	4	4	28	3	4	3	4	3	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	5	5	5	4	36	4	4	5	5	5	4	5	5	37
4	3	4	4	4	4	4	31	4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	3	3	4	3	29
4	4	3	3	4	4	4	30	4	3	3	3	3	3	3	3	25
5	5	5	5	3	4	2	30	5	5	5	5	4	4	5	5	38
3	3	4	3	4	3	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	24	1	1	1	1	1	1	1	1	8
3	2	2	2	3	3	3	21	3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	5	34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	4	4	4	4	30	4	4	3	4	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	2	3	23	2	3	4	3	4	5	4	3	28
3	4	4	3	4	4	4	30	4	4	4	4	2	4	4	4	30
3	3	4	4	3	3	4	28	4	4	4	4	4	3	4	4	31

3	3	3	4	4	4	4	28	4	3	3	3	3	3	3	3	4	26
4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	3	3	4	4	4	30	3	4	3	4	3	4	3	4	4	28
3	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	5	4	4	4	4	32	3	4	4	3	4	4	4	4	4	30
4	4	4	5	3	4	5	33	4	5	4	4	5	4	4	4	4	34
4	5	5	5	4	4	4	36	5	4	5	4	4	5	4	5	4	36
4	4	4	4	3	4	4	31	4	5	4	4	4	4	5	4	4	34
5	5	4	4	4	4	4	34	4	3	5	5	4	4	4	4	4	33
5	4	4	4	4	5	5	35	4	4	4	4	5	4	4	4	5	34
3	3	3	4	4	4	3	27	4	3	3	3	3	4	4	4	4	28
4	3	3	3	4	3	3	26	3	3	3	4	4	3	3	3	3	26
4	4	4	4	4	4	3	30	3	3	4	4	3	3	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	5	5	5	3	4	5	5	36
5	3	3	5	5	4	5	34	4	5	4	5	5	4	5	4	5	36
3	5	5	5	5	4	4	35	5	4	3	4	4	3	5	4	5	32
5	5	4	4	4	5	3	33	4	5	4	4	4	4	5	4	5	34
4	5	5	3	5	4	3	34	4	3	5	4	4	5	4	5	5	34
4	5	3	4	4	5	4	33	4	5	3	4	4	5	4	4	5	33
3	4	4	5	5	4	5	33	5	4	3	4	4	5	5	5	5	35
3	4	3	5	5	5	3	31	4	4	2	4	3	5	4	5	5	31
4	5	4	4	4	3	4	32	5	5	3	3	4	4	4	5	5	33
4	3	5	4	4	4	4	31	3	4	5	4	4	5	5	5	5	35

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 4 Tabel Olahan Data

Lampiran

Uji Kualitas Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		Correlations								Persepsi Harga
		PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PH8	
PH1	Pearson Correlation	1	.809**	.427**	.445**	.519**	.324**	-.032	-.010	.689**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.001	.754	.920	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PH2	Pearson Correlation	.809**	1	.375**	.460**	.530**	.372**	-.019	.071	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.851	.482	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PH3	Pearson Correlation	.427**	.375**	1	.625**	.536**	.608**	.042	.036	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.677	.722	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PH4	Pearson Correlation	.445**	.460**	.625**	1	.583**	.666**	.167	.185	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.096	.065	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PH5	Pearson Correlation	.519**	.530**	.536**	.583**	1	.583**	-.054	.025	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.593	.809	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PH6	Pearson Correlation	.324**	.372**	.608**	.666**	.583**	1	.178	.130	.756**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.076	.197	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PH7	Pearson Correlation	-.032	-.019	.042	.167	-.054	.178	1	.231*	.275**
	Sig. (2-tailed)	.754	.851	.677	.096	.593	.076		.021	.006
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PH8	Pearson Correlation	-.010	.071	.036	.185	.025	.130	.231*	1	.319**
	Sig. (2-tailed)	.920	.482	.722	.065	.809	.197	.021		.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Persepsi Harga	Pearson Correlation	.689**	.716**	.707**	.773**	.714**	.756**	.275**	.319**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.006	.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Correlations

		LK1	LK2	LK3	LK4	LK5	LK6	LK7	LK8	Lokasi
LK1	Pearson Correlation	1	.414**	.467**	.303**	.264**	.019	.136	.335**	.563**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.008	.848	.176	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
LK2	Pearson Correlation	.414**	1	.579**	.405**	.289**	.313**	.411**	.473**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.004	.002	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
LK3	Pearson Correlation	.467**	.579**	1	.420**	.523**	.442**	.341**	.434**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
LK4	Pearson Correlation	.303**	.405**	.420**	1	.353**	.311**	.495**	.490**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.000	.002	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
LK5	Pearson Correlation	.264**	.289**	.523**	.353**	1	.595**	.306**	.375**	.684**
	Sig. (2-tailed)	.008	.004	.000	.000		.000	.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
LK6	Pearson Correlation	.019	.313**	.442**	.311**	.595**	1	.488**	.333**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.848	.002	.000	.002	.000		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
LK7	Pearson Correlation	.136	.411**	.341**	.495**	.306**	.488**	1	.587**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.176	.000	.001	.000	.002	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
LK8	Pearson Correlation	.335**	.473**	.434**	.490**	.375**	.333**	.587**	1	.720**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Lokasi	Pearson Correlation	.563**	.713**	.787**	.674**	.684**	.639**	.674**	.720**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	Kualitas Pelayanan
KP1	Pearson Correlation	1	.563**	.513**	.459**	.437**	.501**	.460**	.467**	.726**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP2	Pearson Correlation	.563**	1	.562**	.486**	.432**	.560**	.401**	.467**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP3	Pearson Correlation	.513**	.562**	1	.648**	.447**	.532**	.470**	.456**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP4	Pearson Correlation	.459**	.486**	.648**	1	.427**	.565**	.538**	.310**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP5	Pearson Correlation	.437**	.432**	.447**	.427**	1	.695**	.536**	.621**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP6	Pearson Correlation	.501**	.560**	.532**	.565**	.695**	1	.606**	.567**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP7	Pearson Correlation	.460**	.401**	.470**	.538**	.536**	.606**	1	.730**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP8	Pearson Correlation	.467**	.467**	.456**	.310**	.621**	.567**	.730**	1	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.726**	.737**	.765**	.733**	.748**	.821**	.782**	.763**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		KPL1	KPL2	KPL3	KPL4	KPL5	KPL6	KPL7	KPL8	Kepuasan Pelanggan
KPL1	Pearson Correlation	1	.639**	.463**	.547**	.429**	.441**	.522**	.588**	.729**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KPL2	Pearson Correlation	.639**	1	.464**	.541**	.547**	.475**	.585**	.565**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KPL3	Pearson Correlation	.463**	.464**	1	.758**	.706**	.507**	.560**	.558**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KPL4	Pearson Correlation	.547**	.541**	.758**	1	.720**	.562**	.674**	.614**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KPL5	Pearson Correlation	.429**	.547**	.706**	.720**	1	.577**	.616**	.579**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KPL6	Pearson Correlation	.441**	.475**	.507**	.562**	.577**	1	.622**	.602**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KPL7	Pearson Correlation	.522**	.585**	.560**	.674**	.616**	.622**	1	.666**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KPL8	Pearson Correlation	.588**	.565**	.558**	.614**	.579**	.602**	.666**	1	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.729**	.757**	.794**	.852**	.817**	.755**	.826**	.816**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.793	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.831	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.894	8



Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.915	8

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.80217268
Most Extreme Differences	Absolute	.140
	Positive	.081
	Negative	-.140
Test Statistic		.140
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.184	2.552		-.072	.943		
	Kualitas Pelayanan	.644	.099	.594	6.489	.000	.414	2.417
	Lokasi	.290	.116	.231	2.506	.014	.407	2.458
	Persepsi Harga	.076	.073	.069	1.043	.300	.801	1.249

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Kualitas Pelayanan	Lokasi	Persepsi Harga
1	1	3.972	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.014	16.968	.00	.14	.06	.79
	3	.010	20.203	.93	.11	.01	.21
	4	.004	31.535	.07	.75	.93	.00

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

UIN SUSKA RIAU

3. Uji Heteroskedastisitas

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57.756	3	19.252	4.847	.003 ^b
	Residual	381.280	96	3.972		
	Total	439.036	99			

a. Dependent Variable: ABS_RES

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

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.217	1.787		4.597	.000		
	Kualitas Pelayanan	.052	.069	.111	.752	.454	.414	2.417
	Lokasi	-.204	.081	-.375	-2.516	.014	.407	2.458
	Persepsi Harga	-.058	.051	-.120	-1.130	.261	.801	1.249

a. Dependent Variable: ABS_RES

University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

Analisis Regresi Linear Berganda

Uji Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.184	2.552		-.072	.943
	Kualitas Pelayanan	.644	.099	.594	6.489	.000
	Lokasi	.290	.116	.231	2.506	.014
	Persepsi Harga	.076	.073	.069	1.043	.300

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

2. Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1557.625	3	519.208	64.119	.000 ^b
	Residual	777.365	96	8.098		
	Total	2334.990	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817 ^a	.667	.657	2.846

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

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 5 Dokumentasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIOGRAFI



RAYFANZA SYAPUTRA SYARIEF lahir di Dumai pada tanggal 27-Januari-2004. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara, buah hati dari pasangan Bapak Hendri Novaldi Saputra dan Ibunda Susi Yanti. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar SDN 004 Teluk Binjai Dumai pada tahun 2016, kemudian melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Pertama di Ponpes Babussalam dan lulus pada tahun 2019. Pendidikan Sekolah Menengah Atas diselesaikan di Ponpes Babussalam pada tahun 2022.

Pada tahun 2022, penulis diterima sebagai mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau melalui jalur mandiri. Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam berbagai kegiatan kemahasiswaan dan organisasi.

Sebagai tugas akhir, penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Service Motor* di Kecamatan Binawidya, Kota Pekanbaru (Studi Kasus AHASS Motor)” di bawah bimbingan Bapak Ermansyah, SE, MM. Alhamdulillah, pada tanggal (09-Maret-2026) penulis dinyatakan LULUS dalam sidang Munaqasyah dan berhak menyanggah gelar Sarjana Manajemen (S.M.).