

PENGARUH PENETAPAN HARGA *SERVICE*, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI TERHADAP MINAT PENGGUNA JASA *SERVICE* PADA AHASS PELITA MOTOR MOJOROTO

Fery Faturachman¹⁾, Erwin Syahputra²⁾, Endah Kurniawati³⁾

^{1), 2), 3)} Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Islam Kadiri

Email : ¹⁾ feryfathurrachman@gmail.com, ²⁾ endahvanian@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penetapan harga, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap minat pengguna jasa pada AHASS Pelita Motor Mojoroto. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada pelanggan AHASS Pelita Motor Mojoroto dan dihitung menggunakan aplikasi SPSS Versi 25. Teknik analisis data yang digunakan antara lain Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, dan Uji Koefisien Determinasi R². Pada Uji Validitas diketahui bahwa seluruh item pertanyaan (X₁, X₂, X₃ dan Y) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 sehingga masing-masing variabel dinyatakan valid. Kemudian pada Uji Reliabilitas masing-masing variabel dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Alpha Cronbach's* > 0,60. Kemudian pada Uji t diketahui bahwa variabel penetapan harga service (X₁), kualitas pelayanan (X₂), dan lokasi (X₃) memiliki nilai signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga ketiga variabel tersebut secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna jasa. Lalu pada Uji F menunjukkan bahwa hasil nilai signifikansinya 0,000 < 0,05 yang menunjukkan bahwa penetapan harga service, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat pengguna jasa AHASS Pelita Motor Mojoroto.

Kata Kunci: Penetapan Harga Service, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Minat Pengguna Jasa

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of pricing, service quality, and location on user interest in services at AHASS Pelita Motor Mojoroto. The research method used is a quantitative method with a descriptive approach. Data collection in this study was carried out by distributing questionnaires to AHASS Pelita Motor Mojoroto customers and calculated using the SPSS Version 25 application. Data analysis techniques used include Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, t-test, F-test, and R² Determination Coefficient Test. In the Validity Test, it is known that all question items (X₁, X₂, X₃ and Y) have a significance value of 0.000 < 0.05 so that each variable is declared valid. Then in the Reliability Test, each variable is

Article History

Received: April 2025
Reviewed: April 2025
Published: April 2025

Plagiarism Checker No 223
DOI : Prefix DOI :
10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under
a [Creative Commons
Attribution-
NonCommercial 4.0
International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

declared reliable because it has a Cronbach's Alpha value > 0.60. Then in the t-test it is known that the service pricing variables (X1), service quality (X2), and location (X3) have a significance value of $0.000 < 0.05$ so that the three variables partially have a significant effect on the interest of service users. Then in the F-test it shows that the results of the significance value are $0.000 < 0.05$ which indicates that service pricing, service quality, and location have a simultaneous effect on the interest of AHASS Pelita Motor Mojoroto service users.

Keywords: Service Pricing, Service Quality, Location, User Interest

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini sedang naik dengan pesat. Persaingan yang mulai bermunculan menjadikan para pengusaha harus mewaspadai kompetitor yang tak pernah diduga kemunculannya. Bisnis jasa saat ini sedang banyak digemari oleh para pengusaha. Hal ini dikarenakan jasa merupakan kegiatan yang tidak terlalu beresiko akan produk yang diberikan namun harus mampu bertanggungjawab pada pelayanan.

Salah satu bisnis jasa yang sedang banyak digandrungi adalah membuka perbengkelan motor baik pribadi maupun di bawah naungan sebuah perusahaan ternama. Bengkel motor merupakan salah satu jasa yang tidak pernah sepi peminatnya. Hal ini juga didukung dengan baiknya pelayanan yang diberikan hingga mampu memunculkan kepercayaan, sebab perusahaan jasa harus mampu menjaga kualitas pelayanan demi kembalinya para pelanggan.

Penelitian ini dilakukan pada salah satu bengkel yang bermitra dengan hinda, yaitu AHASS Pelita Motor Mojoroto. AHASS merupakan bengkel resmi motor Honda satu satunya yang diakui oleh PT. Astra Honda Motor sebagai Agen Tunggal Pemegang Merek di Indonesia dan juga diakui oleh Honda Motor Co. AHASS Pelita Motor Mojoroto beralamatkan di Jl. Ahmad Dahlan No. 154 A, Mojoroto, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur, 64114, Indonesia. Lokasi yang dapat dikatakan strategis sebab berada di pinggir jalan ray aini memiliki akses yang cukup mudah. Sebuah bengkel harus mampu untuk memunculkan minat pengguna jasa secara maksimal.

Minat pengguna jasa menurut Kotler (2016) minat pengguna jasa adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan antara sikap pengetahuan untuk mengevaluai dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Sebab minat pengguna jasa akan mudah sekali muncul apabila pihak perusahaan mampu untuk mengolah penyampaian pelayanan dengan baik dan benar. Untuk dapat mendukung terciptanya minat pebgguna jasa, maka perusahaan juga dibantu melalui penetapan harga dalam pelayanan jasa yang digunakan.

Menurut Kotler (2013) harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran atau *marketing mix* yang dapat menghasilkan pendapatan, dimana elemen yang lain mendapatkan biaya. Sehingga jika sebuah perusahaan mampu menetapkan harga sesuai standart harga pasar pada umumnya, maka kata kuncinya berada di pelayanan yang diberikan. Ketika harga yang

diberlakukan telah memenuhi syarat dan layak tanpa merusak harga pasar, maka perusahaan dapat beroperasi dengan baik. Sebab harga merupakan nominal atau angka yang harus dibayar setelah konsumen mendapatkan barang atau jasa yang dibeli. Untuk menunjang dan memperkuat kelayakan para pelanggan, maka perusahaan perlu untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik.

Menurut Riswanto (2019) kualitas pelayanan merupakan Tingkat ketidaksesuaian antara harapan atau keinginan konsumen dengan persepsi yang mereka bangun, sehingga kualitas pelayanan menjadi suatu ukuran untuk menilai apakah layanan sudah mempunyai nilai guna sesuai yang dikehendaki atau dengan kata lain, suatu jasa dapat dikatakan berkualitas jika nilai guna dan fungsinya sudah sesuai dengan yang diinginkan. Sehingga, jika sebuah perusahaan mampu memberikan pelayanan terbaik bagi setiap pelanggan yang datang, maka tidak perlu dikhawatirkan akan loyalnya seorang pelanggan. Kemudian jika kualitas pelayanannya sudah baik, maka hal terakhir yang sering dilupakan adalah pemilihan lokasi.

Lokasi merupakan pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membua strategi bisnis perusahaan (Heizer et al, 2015). Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan. Sehingga apabila lokasi perusahaan baik, maka akan banyak konsumen yang mengetahui keberadaannya. Dengan demikian mudah sekali untuk menaikkan pendapatan bagi perusahaan, namun tetap harus memperhatikan akses dan juga volume kendaraan yang berjalalu lalang.

Berdasarkan uraian definisi diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada AHASS Pelita Motor dengan alasan terdapat permasalahan yang menarik didalamnya setelah dilakukan observasi oleh peneliti. Permasalahannya berkaitan dengan penetapan harga yang sedikit lebih tinggi jika dibanding dengan bengkel lainnya, selain itu juga kualitas pelayanan yang diberikan belum maksimal, hal ini terbukti ada beberapa pelanggan yang setelah melakukan service masih kembali dengan mengkomplain hasil kerja para karyawan, hingga yang terakhir lokasi yang strategis ini tidak didukung dengan daya tampung yang luas baik parkir ataupun ruang tunggu, sehingga masih banyak pelanggan yang kurang nyaman saat melakukan service motor pada bengkel tersebut.

Berdasarkan paparan permasalahan diatas, maka peneliti mengangkat judul penelitian yaitu **“Pengaruh Penetapan Harga Service, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Minat Pengguna Jasa pada AHASS Pelita Motor Mojoroto.”**

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif, hal ini dikarenakan penelitian ini membutuhkan hasil statistik berupa hasil uji spss. Lokasi dari penelitian ini adalah Bengkel Motor AHASS Pelita Motor Mojoroto yang beralamatkan di Jl. Ahmad Dahlan, No.154a, Mojoroto, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur, 64114. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan AHASS Pelita Motor Mojoroto sebanyak 173 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dokumentasi dan pustaka atau

literatur. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Inovasi Produk

Variabel	Item	R	Sig.	Keterangan
Penetapan Harga (X ₁)	X _{1.1}	0,835	0,000	Valid
	X _{1.2}	0,811	0,000	Valid
	X _{1.3}	0,840	0,000	Valid
	X _{1.4}	0,847	0,000	Valid
	X _{1.5}	0,760	0,000	Valid
	X _{1.6}	0,666	0,000	Valid
	X _{1.7}	0,783	0,000	Valid
	X _{1.8}	0,851	0,000	Valid
	X _{1.9}	0,722	0,000	Valid
	X _{1.10}	0,849	0,000	Valid
Kualitas Pelayanan (X ₂)	X _{2.1}	0,835	0,000	Valid
	X _{2.2}	0,811	0,000	Valid
	X _{2.3}	0,840	0,000	Valid
	X _{2.4}	0,847	0,000	Valid
	X _{2.5}	0,760	0,000	Valid
	X _{2.6}	0,666	0,000	Valid
	X _{2.7}	0,783	0,000	Valid
	X _{2.8}	0,851	0,000	Valid
	X _{2.9}	0,772	0,000	Valid
	X _{2.10}	0,849	0,000	Valid
Lokasi (X ₃)	X _{3.1}	0,824	0,000	Valid
	X _{3.2}	0,875	0,000	Valid
	X _{3.3}	0,718	0,000	Valid
	X _{3.4}	0,832	0,000	Valid
	X _{3.5}	0,857	0,000	Valid
	X _{3.6}	0,863	0,000	Valid
	X _{3.7}	0,784	0,000	Valid
	X _{3.8}	0,917	0,000	Valid
	X _{3.9}	0,807	0,000	Valid
	X _{3.10}	0,847	0,000	Valid
Minat Pengguna jasa (Y)	Y ₁	0,879	0,000	Valid
	Y ₂	0,862	0,000	Valid
	Y ₃	0,899	0,000	Valid
	Y ₄	0,895	0,000	Valid
	Y ₅	0,883	0,000	Valid
	Y ₆	0,871	0,000	Valid

Sumber : Data Diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 1, maka dapat diketahui jika variabel penetapan harga (X₁), kualitas pelayanan (X₂), lokasi (X₃), dan minat pengguna jasa (Y) memiliki nilai signifikansi < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan jika seluruh item pada setiap variabel dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

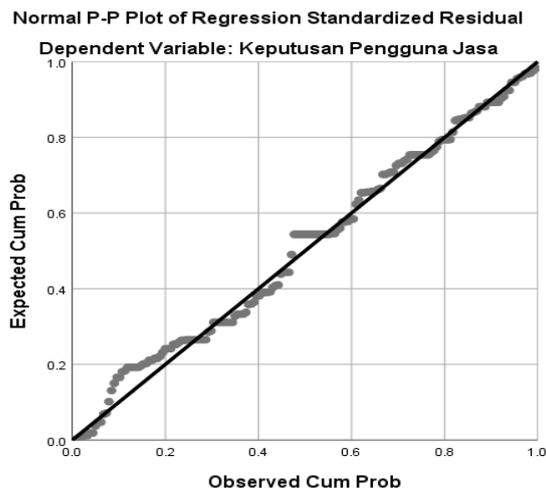
Variabel	Standart Reliabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Penetapan Harga (X ₁)	0,60	0,920	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,60	0,937	Reliabel
Lokasi (X ₃)	0,60	0,950	
Minat Pengguna Jasa (Y)	0,60	0,942	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 2, maka diketahui jika semua variabel (penetapan harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan minat pengguna jasa) memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,60. Hal ini membuktikan jika setiap item pada variabel dinyatakan reliabel atau layak digunakan sebagai alat ukur penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar 1, maka diketahui jika plot menyebar mengikuti garis diagonal yang membagi bidang, sehingga data terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

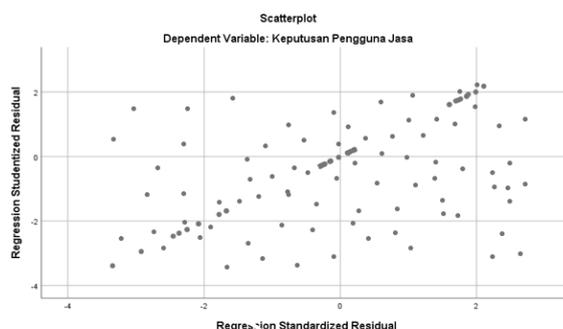
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Penetapan Harga (X ₁)	0,879	5,074	Tidak terjadi multikolinieritas
Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,636	6,067	Tidak terjadi multikolinieritas

Lokasi (X_3)	0,715	3,990	Tidak terjadi multikolinieritas
------------------	-------	-------	---------------------------------

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel 3, maka dapat diketahui jika variabel citra merek dan penetapan harga memiliki nilai *tolerance* sebesar $0,879 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $5,074 < 10$. Selanjutnya variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *tolerance* sebesar $0,636 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $6,067 < 10$. Dan yang terakhir variabel lokasi memiliki nilai *tolerance* sebesar $0,715 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $3,990 < 10$. Dari pemaparan hasil uji tersebut, maka dapat disimpulkan jika tidak terjadi multikolinieritas pada item pernyataan pada variabel penetapan harga, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap minat pengguna jasa.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar 2, maka diketahui jika titik menyebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dinyatakan jika penelitian terbebas gejala heteroskedastisitas.

Uji Linieritas

Tabel 4. Hasil Uji Linieritas

Variabel	<i>Deviation from Linierity</i>	Keterangan
Penetapan Harga (X_1)	0,561	Linier
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,637	Linier
Lokasi (X_3)	0,726	Linier

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan tabel 4 hasil uji linieritas yang dihasilkan, maka berikut merupakan pemaparan hasilnya:

- 1) Berdasarkan tabel 4 hasil uji linieritas yang dihasilkan, maka diketahui jika penetapan harga (X_1) memiliki nilai signifikansi pada *deviation from linierity* sebesar $0,561 > 0,05$. Hal ini menunjukkan jika terdapat hubungan yang linier antara variabel penetapan harga dengan minat pengguna jasa (Y).

- 2) Berdasarkan tabel 4 hasil uji linieritas yang dihasilkan, maka diketahui jika kualitas pelayanan (X_1) memiliki nilai signifikansi pada *deviation from linierity* sebesar $0,637 > 0,05$. Hal ini menunjukkan jika terdapat hubungan yang linier antara variabel kualitas pelayanan dengan minat pengguna jasa (Y).
- 3) Berdasarkan tabel 4 hasil uji linieritas yang dihasilkan, maka diketahui jika lokasi (X_1) memiliki nilai signifikansi pada *deviation from linierity* sebesar $0,726 > 0,05$. Hal ini menunjukkan jika terdapat hubungan yang linier antara variabel penetapan harga dengan minat pengguna jasa (Y).

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Regesi(B)	t hitung	t tabel	Sig-t	Keterangan
Penetapan Harga (X_1)	0,154	2,581	1,973	0,011	H ₁ diterima
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,233	4,621	1,973	0,000	H ₂ diterima
Lokasi (X_3)	0,479	9,645	1,973	0,000	H ₃ diterima
Konstanta (a)					12,423
Nilai Korelasi ®					0,957 ^a
Nilai Koefisien Determinasi (R ²)					0,915
Fhitung					609,608
Signifikansi F					0,000 ^b
Y					Minat Pengguna Jasa

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan tabel 5 hasil analisis regresi linier berganda yang dihasilkan, maka berikut persamaannya:

$$Y = 12,423 + 0,154 (X_1) + 0,233 (X_2) + 0,479 (X_3)$$

- 1) Nilai konstanta sebesar 12,423 dapat diartikan jika penetapan harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan lokasi (X_3) nilainya tetap, maka minat pengguna jasa memiliki nilai sebesar 12,423.
- 2) Koefisien regresi penetapan harga (X_1) sebesar 0,154 yang bernilai positif dan searah, sehingga ketika variabel penetapan harga naik 1 satuan, maka nilai minat pengguna jasa juga naik sebesar 0,154.
- 3) Koefisien regresi kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,233 yang bernilai positif dan searah, sehingga ketika variabel kualitas pelayanan naik 1 satuan, maka nilai minat pengguna jasa juga naik sebesar 0,233.
- 4) Koefisien regresi lokasi (X_3) sebesar 0,479 yang bernilai positif dan searah, sehingga ketika variabel lokasi naik 1 satuan, maka nilai minat pengguna jasa juga naik sebesar 0,479.

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 6. Hasil Uji t

Hipotesis	Analisa	Keterangan
Penetapan Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna jasa	$t_{hitung} 2,581 > t_{tabel} 1,973$ dengan nilai signifikansi $0,011 < 0,05$	H_0 ditolak dan H_{a1} diterima
Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna jasa	$t_{hitung} 4,621 > t_{tabel} 1,973$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$	H_0 ditolak dan H_{a2} diterima
Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna jasa	$t_{hitung} 9,645 > t_{tabel} 1,973$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$	H_0 ditolak dan H_{a3} diterima
Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian	$F_{hitung} 609,608 > F_{tabel} 2,43$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$	H_0 ditolak dan H_{a4} diterima

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan tabel 6 hasil uji hipotesis yang dihasilkan, maka berikut merupakan pemaparannya :

- (1) Pada variabel penetapan harga (X_1) diketahui bahwa memiliki nilai signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$ dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,581 > 1,973$. Maka dari itu, dapat disimpulkan jika H_0 ditolak dan H_{a1} diterima. Sehingga variabel penetapan harga (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna jasa (Y) pada AHASS Pelita Motor.
- (2) Pada variabel kualitas pelayanan (X_2) diketahui bahwa memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $4,621 > 1,973$. Maka dari itu, dapat disimpulkan jika H_0 ditolak dan H_{a1} diterima. Sehingga variabel kualitas pelayanan (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna jasa (Y) pada AHASS Pelita Motor.
- (3) Pada variabel lokasi (X_1) diketahui bahwa memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $4,621 > 1,973$. Maka dari itu, dapat disimpulkan jika H_0 ditolak dan H_{a1} diterima. Sehingga variabel lokasi (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna jasa (Y) pada AHASS Pelita Motor.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 7. Hasil Uji F

Hipotesis	Analisa	Keterangan
Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat pengguna jasa	$F_{hitung} 609,608 > F_{tabel} 2,42$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$	H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan tabel 7 hasil uji hipotesis yang dihasilkan, maka diketahui jika nilai signifikansi variabel (penetapan harga, kualitas pelayanan, dan lokasi) sebesar $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $609,608 > 2,42$. Dengan demikian maka dapat disimpulkan jika H_0 ditolak dan H_{a4}

diterima yang berarti variabel penetapan harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan lokasi (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap minat pengguna jasa (Y).

Uji Koefisien Determinasi R^2

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,957	0,915	0,914	1,139

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan tabel 8 hasil uji koefisien determinasi R^2 , maka dapat diketahui jika nilai R Square sebesar 0,915. Hal ini menunjukkan jika variabel penetapan harga, kualitas pelayanan, dan lokasi mampu mempengaruhi minat pengguna jasa sebesar 91,5% dan sisanya sebesar 9,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka berikut merupakan kesimpulan yang diambil dari hasil penelitiannya :

- 1) Variabel penetapan harga berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat pengguna jasa pada AHASS Pelita Motor Kediri. Berdasarkan hasil uji t , diketahui jika variabel penetapan harga (X_1) diketahui bahwa memiliki nilai signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$ dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,581 > 1,973$. Maka dari itu, dapat disimpulkan jika H_0 ditolak dan H_{a1} diterima. Sehingga variabel penetapan harga (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna jasa (Y) pada AHASS Pelita Motor
- 2) Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat pengguna jasa pada AHASS Pelita Motor Kediri. Berdasarkan hasil uji t , maka diketahui jika variabel kualitas pelayanan (X_2) diketahui bahwa memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $4,621 > 1,973$. Maka dari itu, dapat disimpulkan jika H_0 ditolak dan H_{a1} diterima. Sehingga variabel kualitas pelayanan (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna jasa (Y) pada AHASS Pelita Motor.
- 3) Variabel lokasi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat pengguna jasa pada AHASS Pelita Motor Kediri. Berdasarkan hasil uji t , maka diketahui jika variabel lokasi (X_3) diketahui bahwa memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $4,621 > 1,973$. Maka dari itu, dapat disimpulkan jika H_0 ditolak dan H_{a1} diterima. Sehingga variabel lokasi (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna jasa (Y) pada AHASS Pelita Motor.
- 4) Variabel penetapan harga, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat pengguna jasa pada AHASS Pelita Motor Kediri. Berdasarkan hasil uji F , maka diketahui jika Berdasarkan tabel 4.15 hasil uji hipotesis yang dihasilkan, maka diketahui jika nilai signifikansi variabel (penetapan harga, kualitas pelayanan, dan lokasi)

sebesar $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $609,608 > 2,42$. Dengan demikian maka dapat disimpulkan jika H_0 ditolak dan H_{a4} diterima yang berarti variabel penetapan harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan lokasi (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap minat pengguna jasa (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, T., & Risal, A. (2019). Pengaruh Persepsi Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 3(2), 118–130. <https://ejournalunsam.id/index.php/jse/article/view/1886>
- Aprita, R., Maharani, N., & Alam, I. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin. *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 235–242.
- Astuti, F. F. (2020). Pengaruh Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Juice House. *Skripsi*, 12(2004), 6–25.
- Boimau, H., & Bessie, J. L. D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grabbike. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 14(2), 169–187. <https://doi.org/10.35508/jom.v14i2.4014>
- Hafsani, Khofifah; Fatmawati, F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Jasa Maskapai Sriwijaya Air Di Bandar Udara Internasional Juanda Surabaya. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 241–251.
- Hermanto, H., Apriansyah, R., Fikri, K., & Albetris, A. (2019). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fotocopy Anugrah Rengat. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 3(2), 171. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v3i2.78>
- Illa, M. T., & Nugraha, S. A. (2020). Pengaruh Promosi, Harga dan Citra Merek Terhadap Minat Pemakaian Jasa Fotografi. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 3(1), 120. <https://doi.org/10.47201/jamin.v3i1.69>
- Indy. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kualitas Pelayanan. *Jurnal Ekonomi*, 56–57.
- Maimunah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *Ekonomi*, 1(2), 1–68.
- Maulia, F. Z. (2023). Pengaruh Harga, Tempat, Dan Pelayanan Terhadap Minat Pengguna Jasa Fotografi (Studi Kasus ada FZM Photography). *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 6(2), 111–123.
- Putra, W. A., Nawasiah, N., & Widyaningsih, M. (2020). Pengaruh Penentuan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa Berskala Mikro/Kecil. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 6(1), 91–102. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v6i1.1893>
- Rahman, N., & Fakhrudin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Transportasi Terhadap Minat Pengguna Jasa Layanan Bandar Udara Internasional Yogyakarta. *Jurnal Kewarganegaraan*,

6(1), 1156–1164. <http://journal.upy.ac.id/index.php/pkn/article/view/2692>

Rusdian, S., & Hildayani, N. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Roseberry Cake Shop Garut). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 132–140.