

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK SERVICE MOBIL

Cerey Bella Wijaya<sup>1)</sup>, Indah Listyani<sup>2)</sup>, Rike Kusuma Wadhani<sup>3)</sup>

<sup>1), 2), 3)</sup> Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Islam Kadiri

Email : <sup>1)</sup>[bellaservice745@gmail.com](mailto:bellaservice745@gmail.com), <sup>3)</sup>[rikenaysa@gmail.com](mailto:rikenaysa@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana kualitas pelayanan dan harga dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan service mobil di Honda Pacific Motor Kediri, supaya Honda Pacific Motor Kediri dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan menentukan harga yang tepat untuk menarik konsumen melakukan service mobil di perusahaan tersebut.

Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari perusahaan secara langsung. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari penyebaran angket kepada 99 responden yaitu pelanggan Honda Pacific Motor Kediri. Teknik analisis data berupa statistik deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linier berganda dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan service mobil di Honda Pacific Motor Kediri. Kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pelanggan, Hal tersebut dikarenakan kualitas pelayanan yang baik sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian dan mempengaruhi loyalitas dan reputasi dealer Honda Pacific Motor Kediri. Pemberian harga yang kompetitif juga membuat pelanggan tetap memilih Honda Pacific Motor Kediri, meskipun harga sedikit lebih tinggi akan tetapi kualitas layanan yang prima menentukan keputusan pelanggan untuk melakukan service pada Honda Pacific Motor Kediri. Kualitas pelayanan dan harga memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan service mobil di Honda Pacific Motor Kediri dengan kontribusi sebesar 30,7%.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian**

### ABSTRACT

*This study aims to understand how service quality and price can influence consumer decisions in servicing cars at Honda Pacific Motor Kediri, so that Honda Pacific Motor Kediri can improve service quality and determine the right price to attract consumers to service their cars at the*

### Article History

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

Plagirism 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/)

company.

*This study was conducted through a quantitative approach using primary data obtained directly from the company. The data used in this study were data obtained from distributing questionnaires to 99 respondents, namely Honda Pacific Motor Kediri customers. Data analysis techniques were descriptive statistics, classical assumption tests, multiple linear regressions and hypothesis tests.*

*The results showed that service quality and price influenced consumer decisions in servicing cars at Honda Pacific Motor Kediri. Service quality and price have a significant positive influence on customer decisions. This is because good service quality is very important in influencing purchasing decisions and influencing the loyalty and reputation of Honda Pacific Motor Kediri dealers. Competitive pricing also makes customers continue to choose Honda Pacific Motor Kediri, even though the price is slightly higher, the excellent service quality determines the customer's decision to service Honda Pacific Motor Kediri. Service quality and price influence consumer decisions in servicing their cars at Honda Pacific Motor Kediri with a contribution of 30.7%..*

**Keywords: Service Quality, Price, Consumer Decision**

## PENDAHULUAN

Persaingan bisnis bukanlah hal baru dalam dunia perdagangan global, terutama dalam memperebutkan pasar potensial dan mempertahankan konsumen yang ada. Hampir setiap perusahaan besar atau kecil pasti tersentuh oleh persaingan global, dalam hal ini perusahaan barang atau jasa yang bersangkutan dituntut jeli untuk menangkap peluang yang ada agar dapat bertahan seiring dengan perubahan zaman. Era globalisasi bukan hanya menjanjikan suatu peluang bisnis di Indonesia, tetapi juga memunculkan persaingan yang kian ketat baik antara perusahaan domestik maupun perusahaan asing. Fenomena persaingan yang ada dalam era globalisasi akan semakin mengarahkan sistem perekonomian Indonesia kepada mekanisme pasar yang memposisikan pasar untuk selalu mengembangkan dan merebut *market share*. Terwujudnya tujuan dan sasaran tersebut, perlu ditunjang dengan harga yang terjangkau bagi konsumen, dan juga kualitas dari suatu pelayanan yang diberikan, karena pelanggan akan tertarik dengan penawaran harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan yang baik.

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2015:59) merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen, keunggulan suatu produk sangat dipengaruhi oleh kualitas dari produk yang bersangkutan baik dari sisi kebendaan produk tersebut ataupun dari kualitas pelayanannya. Melalui kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada konsumen diharapkan konsumen akan merasa puas setelah melakukan pembelian terhadap produk atau barang yang dibelinya. Pembeli yang merasa puas tersebut diharapkan mampu menjadi motivasi untuk melakukan pembelian selanjutnya maupun mengajak orang-orang dekatnya agar membeli produk yang telah dibeli sebelumnya. Secara tidak langsung kepuasan pembeli mampu melahirkan aktifitas

promosi yang dilakukan melalui pembeli yang telah membeli suatu produk. Hal ini sangat menguntungkan pihak penjual karena secara tidak langsung mendapatkan bantuan dari pengunjung dalam melakukan promosi dan juga menjadi pendorong dalam melakukan pembelian. Kualitas pelayanan memang menjadi salah satu faktor pendorong konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk barang atau jasa, akan tetapi ada faktor lain yang mendorong terjadinya suatu keputusan pembelian yaitu adalah terjangkaunya harga.

Harga menurut Tjiptono (2015:151) merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Harga sebagai salah satu komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga pada umumnya ditentukan oleh penjual atau pemilik jasa, akan tetapi, dalam praktek jual beli pembeli atau konsumen dapat memberikan penawaran harga kepada produsen. Apabila kedua belah pihak yaitu pembeli dan penjual sudah mencapai kesepakatan harga barulah terjadi transaksi. Menurut Gigih (2019:5) harga merupakan salah satu atribut dalam promosi yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan.

Pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi. Pengusaha atau produsen produk dituntut untuk bisa jeli dalam menghasilkan produk dengan harga yang rendah, agar supaya produknya dapat diterima pasar. Harga yang murah akan sangat mempengaruhi penjualan produk karena harga produk yang murah akan memudahkan masyarakat untuk menjangkaunya, sehingga konsumen yang telah membeli produk merasa puas karena produk yang dibelinya dengan harga yang terjangkau dan mampu memberi kepuasan kepada konsumen dan akan menjadikan konsumen tersebut mudah dalam melakukan keputusan pembelian.

Menurut Balawera dalam Handayani (2017:1) keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu. Keputusan pembelian konsumen dapat dilakukan apabila produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen. Dalam melakukan keputusan pembelian biasanya konsumen akan lebih memilih produk yang sering didengar dan dilihat melalui media yang dipromosikan baik itu melalui pamflet brosur dsb. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen biasanya dilihat dari informasi produk, dalam sebuah produk pasti terdapat unsur-unsur atribut produk yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian yaitu seperti kualitas produk, harga, merek, dan fitur. Atribut tersebut menjadi bahan pertimbangan paling utama bagi konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian pada suatu produk. Produk yang berkualitas tinggi dan kualitas pelayanan penjual yang baik akan lebih menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Pembeli yang puas akan produk dan pelayanan yang berkualitas biasanya akan menjadikan pembeli tersebut melakukan pembelian ulang, karena pembeli merasa bahwa produk dan

pelayanan penjual sudah mampu memenuhi kepuasannya.

Konsumen sebelum melakukan pembelian suatu produk, tentunya akan bertanya bagaimana kualitas dan harga produk yang akan dibelinya. Pelayanan dengan kualitas yang bagus akan mendorong konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, karena konsumen dalam membeli suatu produk layanan yang memiliki kualitas yang terbaik. Pemilihan tersebut didasarkan karena konsumen tidak ingin membeli produk atau jasa dan merasa kecewa, maka dari itu kualitas pelayanan sangat menentukan keputusan pembelian konsumen. Selain kualitas pelayanan yang baik harga juga menjadi pendorong terhadap keputusan pembelian oleh konsumen, karena semakin tinggi suatu harga akan menurunkan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, juga sebaliknya apabila harga suatu produk semakin murah atau terjangkau akan memudahkan masyarakat dalam membelinya. Apabila konsumen yang melakukan pembelian akan suatu produk baik itu barang atau jasa, apabila konsumen merasa puas dengan harga dan kualitas pelayanan yang diperolehnya, maka konsumen akan melakukan pembelian berikutnya.

Honda Pacific Kediri adalah Dealer Resmi yang beralamat di Jl. Mayor Bismo No. 90 Semampir, Kota Kediri. Perusahaan ini memberikan pelayanan kepada konsumen berupa *sales unit mobil, service, sparepart, dan body repair*. Honda Pacific Kediri dalam operasionalnya haruslah memperhatikan bagaimana kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan kepada konsumen. Kualitas pelayanan yang perusahaan berikan kepada konsumennya apakah telah sesuai dengan kebutuhan konsumen yakni apakah fasilitas fisik dan peralatan service (*Tangible*), empati perusahaan kepada pelanggan (*Empathy*), pelayanan yang tepat dan terpercaya. (*Reliability*), memberikan jasa secara cepat dan tanggap. (*Responsiveness*), perusahaan memberikan jaminan (*Assurance*). Hal tersebut haruslah diperhatikan penting bagi perusahaan yang menjalankan bisnis jasa. Selain dari pelayanan perusahaan juga harus memperhatikan bagaimana harga yang diberikan oleh perusahaan apakah harga yang diberikan perusahaan terjangkau, sesuai dengan kualitas pelayanan, harga sesuai manfaat, dan harga sesuai daya saing kompetitor.

Hal tersebutlah yang harus diperhatikan oleh perusahaan supaya perusahaan dapat memperoleh penghasilan dan juga mempertahankan pelanggan agar tidak pergi ke kompetitor. Pelanggan dalam melakukan pembelian sebuah produk barang atau jasa memperhatikan kebutuhan ataupun keinginan akan suatu produk tertentu, harga yang sesuai, motivasi, kualitas suatu produk, keputusan pembelian ulang, bonus, gaya hidup. Hal tersebutlah yang mendasari seorang pembeli atau pelanggan melakukan pembelian akan suatu produk barang atau jasa, sehingga hal tersebut perlu dikaji ataupun diteliti guna mengetahui apakah kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan sudah sesuai menurut konsumen. Apabila kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan sudah sesuai seperti keinginan konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan pada periode kedepannya konsumen akan melakukan pembelian kembali. Hal tersebut tentunya akan mendorong penjualan perusahaan, maka dari itu harga dan kualitas pelayanan dianggap sesuatu yang penting dalam proses penjualan produk perusahaan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan dan harga yang berikan oleh perusahaan berpengaruh terhadap keputusan *service* berkala, untuk itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Untuk *Service* Mobil (Studi Kasus Pada Honda Pacific Motor Kediri.”**

## 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 Honda Pacific Motor Kediri yang berada di Jl. Mayor Bismo No.90, Semampir, Kota Kediri. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Honda Pacific sebanyak 99 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**

Variabel	Pertanyaan Kuesioner	Nilai korelasi ( <i>person correlation</i> )	R-tabel	Probabilitas korelasi [ <i>sig.(2-tailed)</i> ]	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0.572	0.1654	0,000	Valid
	X1.2	0.675	0.1654	0,000	Valid
	X1.3	0.549	0.1654	0,000	Valid
	X1.4	0.743	0.1654	0,000	Valid
	X1.5	0.537	0.1654	0,000	Valid
Harga (X2)	X2.1	0.495	0.1654	0,000	Valid
	X2.2	0.746	0.1654	0,000	Valid
	X2.3	0.620	0.1654	0,000	Valid
	X2.4	0.555	0.1654	0,000	Valid
Keputusan <i>Service</i> Mobil di Honda Pacific Motor Kediri (Y)	Y1	0.687	0.1654	0,000	Valid
	Y2	0.690	0.1654	0,000	Valid
	Y3	0.675	0.1654	0,000	Valid
	Y4	0.604	0.1654	0,000	Valid
	Y5	0.475	0.1654	0,000	Valid
	Y6	0.686	0.1654	0,000	Valid
	Y7	0.536	0.1654	0,000	Valid

Sumber : Data Diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 1, dapat dicapai kesimpulan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel kualitas pelayanan, harga, dan Keputusan *Service* Mobil di Honda Pacific Motor Kediri (Y) sah dan valid, karena nilai korelasi Person lebih besar dari 0.1654 dan nilai sig (2-tailed) kurang dari 0,05.

## Uji Reliabilitas

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Pertanyaan	Alpha Cronbach	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,732	Reliabel
	X1.2	0,731	Reliabel
	X1.3	0,707	Reliabel
	X1.4	0,714	Reliabel
	X1.5	0,797	Reliabel
Harga (X2)	X2.1	0,743	Reliabel
	X2.2	0,820	Reliabel
	X2.3	0,667	Reliabel
	X2.4	0,704	Reliabel
Keputusan Service Mobil di Honda Pacific Motor Kediri (Y)	Y.1	0,818	Reliabel
	Y.2	0,823	Reliabel
	Y.3	0,886	Reliabel
	Y.4	0,827	Reliabel
	Y.5	0,840	Reliabel
	Y.6	0,820	Reliabel
	Y.7	0,838	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 2, dapat dilihat bahwa reliabilitas dari variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Keputusan Service Mobil di Honda Pacific Motor Kediri (Y) semuanya melebihi nilai 0,60. Ini berarti bahwa data dari ketiga variabel tersebut memenuhi standar reliabilitas dan dapat dikatakan sebagai data yang andal dan layak untuk dianalisis lebih lanjut.

## Uji Normalitas

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas**  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

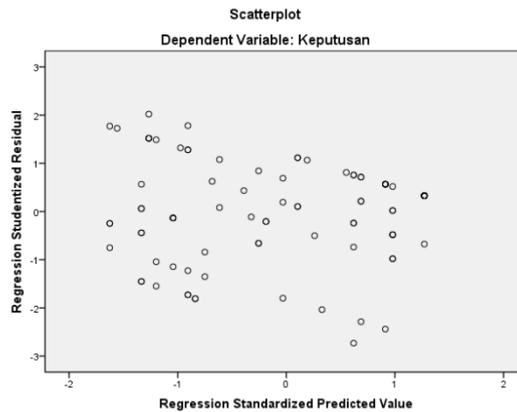
	Unstandardized Residual
N	99
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	
Mean	.0000000
Std. Deviation	2.00093015
Most Extreme Differences	
Absolute	.112
Positive	.054
Negative	-.112
Kolmogorov-Smirnov Z	1.116
Asymp. Sig. (2-tailed)	.166

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 3, maka diketahui bahwa distribusi data secara normal dan model regresi dapat digunakan karena memenuhi asumsi normalitas, karena hasil perhitungan uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansinya adalah 0.166, lebih besar dari nilai standar signifikansi yaitu 0,05.

## Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 1**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 1, maka diketahui jika seluruh titik menyebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini membuktikan jika dalam penelitian tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

## Uji Multikolinieritas

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji analisis regresi linier berganda. Analisis regresi dikembangkan untuk mengestimasi pengaruh antara variabel dependen terhadap variabel independen.

**Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Kualitas Pelayanan	.713	1.403
Harga	.713	1.403

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber : Data Diolah, 2025.

Berdasarkan tabel 5, maka dapat dikatakan bahwa variabel penelitian tidak menunjukkan hubungan linear dengan variabel lain dan tidak terdapat gejala multikolinieritas. Hal tersebut tampak bahwa nilai tolerance dan VIF Kualitas Pelayanan (X1) masing-masing sebesar 0,713 dan

1,403, dan Harga (X2) sebesar 0,713 dan VIF 1,403. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.

## Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 6. Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.909	2.135		5.577	.000
Kualitas Pelayanan	.389	.118	.332	3.298	.001
Harga	.479	.160	.300	2.986	.004

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 11.909 + 0.389 X1 + 0.479 X2$$

- 1) Angka 11.909 yang positif sebagai konstanta menunjukkan bahwa jika nilai dari Kualitas Pelayanan dan Harga dianggap tetap, maka tingkat keputusan service akan sebesar 11.909.
- 2) Menurut hasil analisis regresi, korelasi antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Keputusan Service mobil (Y) positif dengan koefisien sebesar 0.389. Ini berarti bahwa jika tingkat Kualitas Pelayanan (X1) bertambah 1 satuan dengan variabel lain tetap konstan, akan meningkatkan nilai Keputusan Service Mobil sebesar 0.389.
- 3) Menurut hasil analisis regresi, korelasi antara Harga (X2) dan Keputusan Service mobil (Y) positif dengan koefisien sebesar 0.479. Ini berarti bahwa jika tingkat Harga (X2) bertambah 1 satuan dengan variabel lain tetap konstan, akan meningkatkan nilai Keputusan Service Mobil sebesar 0.479.

## Uji t

Berikut merupakan paparan hasil uji t yang dihitung menggunakan SPSS dan tersaji pada tabel 6 :

- 1) Hasil menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Service Mobil di Honda Pacific Motor Kediri (Y). Hal tersebut ditunjukkan oleh  $t_{hitung}$  Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 3.298 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 artinya < 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka H0 ditolak dan H1 diterima.
- 2) Hasil menunjukkan bahwa Harga (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Service mobil di Honda Pacific Motor Kediri (Y). Hal Tersrbut ditunjukkan oleh  $t_{hitung}$  Harga (X2) sebesar 2.986 dengan nilai signifikansi  $t_{hitung}$  sebesar 0,004, artinya < 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka H0 ditolak dan H2 diterima.

## Uji F

**Tabel 7. Hasil Uji F**

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	173.959	2	86.979	21.281	.000 <sup>a</sup>
	Residual	392.365	96	4.087		
	Total	566.323	98			

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

b. Dependent Variable: Keputusan

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.7, maka didapatkan nilai  $F_{hitung}$  adalah 21.281 dan dibandingkan, dengan  $F_{tabel}$  sebesar 2.70 ( $df = 96$ ) dan nilai signifikansi 0.000. Karena  $F_{hitung}$  (21.281) >  $F_{tabel}$  (2.70) dan nilai sig. (0.000) < taraf signifikansi (0.05). hasil uji statistik menunjukkan bahwa kedua variabel independen (Kualitas Pelayanan dan Harga) secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, yaitu Keputusan Service Mobil di Honda Pacific Motor Kediri (Y).

## Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

**Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.554 <sup>a</sup>	.307	.293	2.02167

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

b. Dependent Variable: Keputusan

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi R<sup>2</sup> pada tabel 8, maka diketahui jika Kualitas Pelayanan dan Harga memengaruhi Keputusan Service mobil di Honda Pacific Motor Kediri sebesar 30,7%. Hal tersebut diterangkan dengan perolehan nilai *R Square* atau koefisien determinasi sebesar 0,307. Nilai sisa dari 100% yang menandakan bahwa 30,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang bagaimana kualitas Pelayanan dan Harga mempengaruhi Keputusan Service Mobil Honda Pacific Motor Kediri dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Kulalitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Service Mobil Honda Pacific Motor Kediri dimana pernyataan tersebut ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3.298 dengan signifikansi sebesar 0,001 artinya < 0,05. Berdasarkan hasil tersebut Kualitas Pelayanan (X1)

berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Service Mobil Honda Pacific Motor Kediri (Y). Kualitas pelayanan sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan mempengaruhi loyalitas dan reputasi dealer Honda Pacific Motor Kediri. Pelayanan yang baik bagi pelanggan dan memastikan pelanggan merasa puas, yang akan meningkatkan rekomendasi dan pembelian ulang. Konsumen memiliki persepsi yang berbeda terhadap kualitas pelayanan, tetapi akan memilih produk atau jasa yang memuaskan kebutuhannya.

- 2) Harga (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan *service* pelanggan, hal tersebut dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.986 dengan nilai signifikansi sebesar 0,004, artinya  $< 0,05$ . Harga penting dalam keputusan *service* pelanggan pada Honda Pacific Motor Kediri. Pelanggan akan mempertimbangkan harga layanan dan membandingkannya dengan dealer lain sebelum memutuskan untuk melakukan *service*. Harga kompetitif dan layanan berkualitas dapat membuat pelanggan tetap memilih Honda Pacific Motor Kediri, meskipun harga sedikit lebih tinggi. Harga tinggi akan menurunkan penjualan perusahaan, sementara harga murah akan meningkatkan volume penjualan. Harga sesuai permintaan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian.
- 3) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pelanggan untuk melakukan *service* mobil di Honda Pacific Motor Kediri, dengan kontribusi sebesar 30,7%.  $F_{hitung}$  yang diperoleh (21.281) lebih besar dari  $F_{tabel}$  (2.70) dan nilai signifikansi (0.000) lebih kecil dari taraf signifikansi (0.05). Kualitas layanan dan harga adalah faktor utama dalam keputusan pelanggan untuk melakukan *service* pada Honda Pacific Motor Kediri. Pelanggan akan mempertimbangkan kualitas layanan, harga, kenyamanan, kecepatan dan ketepatan layanan sebelum memutuskan. Honda Pacific Motor Kediri memiliki peluang besar untuk mempertahankan dan menarik pelanggan jika mampu menawarkan kualitas layanan yang baik dan harga yang kompetitif. Produk yang memiliki kualitas bagus dan harga yang terjangkau akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S., and T. E. Sutanto. 2015. *Statistika Tanpa Stress*. Jakarta: Trans Media. Alfabeta.
- Barata, Atep Adya. 2017. *Dasar Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Devina, Benedhita. 2019. "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Leasing Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen." *Jurnal.Jurnal Manajemn Vol 11 (1)*.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gigih, Muhammad. 2019. "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Harian Suara Merdeka." *Journal of Chemical Information and Modeling Vol 5*.
- Handayani, Lilis Tri. 2017. "Pengaruh Atribut Produk, Gaya Hidup, Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Kota Surakarta." Universitas

Muhammadiyah Surakarta.

- Hasan, Iqbal. 2012. *Pokok-Pokok Materi Statistik I (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hidayat, Riau Rahmat. 2018. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian" (Studi Kasus Pada Pembeli Gula Aren Sawit Di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut)." Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2018. *Prinsip-Prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management, 15th Edition New Jersey*. Marketing Management, 15th Edition New Jersey.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Ketiga*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2015. *Sumber Daya Manusia Perusahaan. Cetakan. Kedua Belas*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Stanton, William J. 2016. *Prinsip Pemasaran. Edisi Ketujuh, Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi. Tjiptono, Fandy. 2018. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wulandari, Putri Prativi. 2020. "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota (Studi Pada Konsumen PT.Nasmoco Majapahit, Semarang)." *Jurnal. Ekonomi Bisnis Vol 9 No 2*