
**PENGARUH DISIPLIN KERJA DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN
(STUDI KASUS PADA BANK BJB CABANG KARAWANG)**

Oleh :

Ilham Maulana Irianto,

Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang

Email : iriantoilhammaulana@gmail.com

Eman Sulaeman,

Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang

Email : ah.humaedi@gmail.com

Made Panji Teguh Santoso

Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang

made.santoso@staff.unsika.ac.id

Article Info

Article History :

Received 03 Januari - 2022

Accepted 29 January - 2022

Available Online

31 Januari - 2022

Abstract

This study aims to examine and analyze the Effect of Work Discipline and Work Motivation on Employee Performance (Case Study at Bank BJB Karawang Branch). This research was conducted using descriptive and verification methods, namely: collecting, presenting, analyzing and testing hypotheses, as well as making conclusions and suggestions. Sampling was carried out by the Slovin method and the Stratified Sampling technique. so that obtained a sample of 107 respondents. The analytical technique used is a Likert scale analysis technique and path analysis with the tools Method Of Successive Interval (MSI), Microsoft Office, and SPSS version 20. Based on the results of the analysis that has been carried out this study proves that Work Discipline shows an average value of 386.3 the criteria agree, work motivation shows an average value of 388.8 with the criteria agree, and employee performance shows an average value of 383.8 with the criteria agree. The correlation between Work Discipline and Work Motivation is 0.782 with a strong relationship level, Partial Effect of Work Discipline on Employee Performance is 47.1%, Work Motivation is 43.5%. Simultaneous effect of 73% while the remaining 27% is the contribution of other variables not examined.

Keyword :

*Work Discipline, Work
Motivation and Employee
Performance*

1. PENDAHULUAN

Pada era revolusi industri 4.0 saat ini banyak kemajuan yang terjadi dalam dunia bisnis modern yang ditandai dengan pola pikir

masyarakat yang berkembang, pengaruh globalisasi dan digitalisasi tidak lepas dari kemajuan teknologi dan gaya hidup. Perkembangan zaman ini mempengaruhi persaingan yang semakin ketat terjadi pada

industri otomotif, sejalan dengan meningkatnya permintaan pasar perusahaan terus melakukan inovasi pada produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Namun demikian menjelang awal Maret 2020, perekonomian Indonesia sudah mulai melemah. Tak hanya merontokkan pasar modal, virus corona juga menjatuhkan nilai tukar rupiah. Pada Senin (23/3), harga jual dolar Amerika Serikat di Lima bank besar menembus Rp 17 ribu. Sementara kurs referensi Jakarta Interbank Spot Dollar Rate atau JISDOR menempatkan nilai rupiah di posisi 16.608 per dolar Amerika.

Jumlah kendaraan bermotor di Indonesia menunjukkan bahwa jumlah kendaraan bermotor di Indonesia menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun, menurut tabel 1.1 dapat dilihat bahwa perkembangan jumlah kendaraan bermotor pada tahun 2019 yaitu Mobil Penumpang menjadi sebanyak 15.592.419 unit, Bis menjadi sebanyak 231.569 unit, Mobil Barang menjadi sebanyak 5.021.888 unit dan Sepeda Motor menjadi sebanyak 112.771.136 unit. Dari tabel 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah kendaraan bermotor yang paling banyak yaitu Sepeda Motor dengan jumlah 112.771.136 unit. Perkembangan transportasi bermotor di Indonesia sangatlah pesat tidak luput dari wilayah-wilayah di Indonesia terutama untuk di Provinsi Jawa Barat.

Tentunya pengguna kendaraan menginginkan sepeda motor yang dimilikinya selalu awet bertahun-tahun sesuai dengan harapannya. Untuk itu, sepeda motor tersebut memerlukan perawatan atau perbaikan. Agar umur pakai kendaraan lebih panjang atau paling tidak sama dengan umur pakai yang telah diprediksikan oleh pabrik si pembuat kendaraan maka dari itu harus dilakukan perawatan dan perbaikan. Bukan pekerjaan yang mudah untuk melakukan perawatan dan perbaikan, karena memerlukan pengetahuan yang khusus untuk memperbaikinya.

Semakin banyak konsumen yang menggunakan sepeda motor maka Honda menyediakan Dealer resmi dan tempat perawatan sepeda motor bagi para konsumennya, salah satunya adalah PT. Nusantara Surya Sakti bengkel Ahass 1838 jln. Raya syech Quro, Palumbonsari, Karawang Timur, Kabupaten karawang, Jawa Barat. Dealer ini berdiri pada

tahun 1962. Perusahaan ini merupakan salah satu dealer dan tempat resmi perawatan khusus untuk sepeda motor bermerek Honda.

data yang didapatkan menunjukkan bahwa konsumen yang melakukan servis sepeda motor di Bengkel Honda Nss Ahass 1838 karawang pada bulan Maret sebanyak 1355 orang, bulan April sebanyak 1475 orang, bulan Mei sebanyak 1702 orang, dan bulan Juni sebanyak 1315 orang. Dengan demikian, terjadi fluktuasi pada konsumen yang servis di Bengkel Honda NSS AHASS 1838 Karawang selama periode Maret sampai dengan Juni tahun 2021 sehingga adanya kemungkinan konsumen mengalami puas atau tidak puas terhadap pelayanan servis di Bengkel Honda NSS AHASS 1838 Karawang.

Kepuasan konsumen pun dapat diraih ketika pelayanan yang ditawarkan baik ditambah harga yang diberikan sangat terjangkau. Harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi. Harga merupakan salah satu indicator yang dapat digunakan untuk membayar atas apa yang ingin dimilikinya seperti membeli barang ataupun jasa, contohnya seperti harga sewa, uang sekolah, ongkos, upah/fee, bunga, tarif, biaya penyimpanan, gaji, dan komisi semuanya merupakan harga yang harus Anda bayar untuk mendapatkan barang atau jasa. Untuk harga yang diberikan Bengkel Honda Nss Ahass 1838 bervariasi dan cukup bersaing dari bengkel yang bukan resmi dari honda. Harga yang di berikan cukup murah dan tidak jauh berbeda dari bengkel bukan resmi dari Honda

2. KAJIAN PUSTAKA

Harga

Menurut Deliyanti Oentoro dalam Sudaryono (2014:361) bahwa Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa dimensi strategik harga menurut fandy Tjiptono (2012:317) antara lain :

- a. Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk
- b. Harga merupakan aspek yang tampak jelas
- c. Harga adalah determinasi utama permintaan

- d. Harga berkaitan langsung dengan pendapatan dan laba
- e. Harga bersifat fleksibel

Kualitas Pelayanan

Menurut Lovelock dalam Fajar Laksana (2013:88) kualitas pelayanan adalah tingkat mutu yang diharapkan, dan mengendalikan keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Dimensi kualitas pelayanan menurut Fandy Tjiptono (2014:282) sebagai berikut:

- a. *Reliability* (kehandalan), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- b. *Responsiveness* (Daya tanggap), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- c. *Assurance* (jaminan), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
- d. *Empathy* (Empati), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
- e. *Tangibles* (bukti fisik), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2016:196) bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan.

Menurut Gerson dalam (Evi Seviah, 2018) menjelaskan bahwa ada lima dimensi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu:

- a. Kecepatan Pelayanan, dilihat dari kecepatan memberikan tanggapan penyelesaian masalah, dan pengambilan keputusan.
- b. Keramahan karyawan, dilihat dari perilaku sopan santun, tutur kata, penampilan yang menarik.
- c. Pengetahuan Karyawan, mampu menjelaskan dengan memuaskan,

memberikan, advokasi dan alternative solusi.

- d. Jumlah Pelayanan yang tersedia, yaitu rasio-rasio tempat pelayanan dengan yang dilayani atau rasio jumlah aparat dengan yang dilayani.
- e. Tampil Formalitas, dilihat dari ketersediaan sarana pendukung, keterampilan dan kenyamanan tempat kerja.

Hipotesis Penelitian

Korelasi antara Harga dan Kualitas Pelayanan

$H_0 : r_{X_1X_2} = 0$ Tidak terdapat korelasi antara Harga dan Kualitas Pelayanan

$H_a : r_{X_1X_2} \neq 0$ Terdapat korelasi antara Harga dan Kualitas Pelayanan

Pengaruh Secara Parsial Harga terhadap Kepuasan Konsumen

$H_0 = \rho_{YX_1} = 0$ Harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen

$H_a = \rho_{YX_1} \neq 0$ Harga berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen

Pengaruh Secara Parsial Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

$H_0 = \rho_{YX_2} = 0$ Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen

$H_a = \rho_{YX_2} \neq 0$ Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen

Pengaruh Simultan Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

$H_0 : \rho_{YX_1} ; \rho_{YX_2} ; \rho_{YX_1X_2} = 0$ Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

$H_0 : \rho_{YX_1} ; \rho_{YX_2} ; \rho_{YX_1X_2} \neq 0$ Harga dan Kualitas Pelayanan secara bersama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan menggunakan alat bantu IBM SPSS 25. Variabel Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) sebagai variabel independen dan Kepuasan Konsumen (Y) sebagai variabel dependen. Jenis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini

yaitu data primer dan sekunder. Sampel penelitian sebanyak 100 konsumen Bengkel NSS Ahass 1838 Karawang dengan menggunakan teknik *Sampling Insidental*. Adapun analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*Path Analysis*).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisi Deskriptif

Tabel 1 Rekapitulasi Variabel Harga (X₁)

No	Indikator	Total Skor	Keterangan
1	Harga sesuai dengan kualitas	397	Setuju
2	Harga sesuai dengan fungsi	404	Setuju
3	Harga terjangkau	378	Setuju
4	Ketetapan harga	406	Setuju
5	Harga sesuaian dengan harapan masyarakat	390	Setuju
6	Harga sesuai daya beli masyarakat	405	Setuju
7	Persaingan harga	398	Setuju
8	Perbedaan harga	393	Setuju
9	Variasi harga	399	Setuju
10	Mengikuti pasar	395	Setuju
11	Harga terhadap perluasan produk	406	Setuju
12	Harga mepengaruhi merek	401	Setuju
Total		4.772	
Rata-rata Skor		397,6	

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2021

Gambar 4.14 di atas menunjukkan bahwa Variabel Harga (X₁) berada pada kriteria baik. Artinya bahwa Variabel Harga (X₁) dinilai baik oleh konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa variable Harga berpengaruh baik terhadap Kepuasan Konsumen.

Tabel 2 Rekapitulasi Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)

No	Indikator	Total Skor	Keterangan
1	Pelayanan secara maksimal	400	Setuju
2	Pelayanan sesuai prosedur	413	Setuju
3	Pelayanan yang baik	407	Setuju

4	Kebersihan ruangan	398	Setuju
5	Peralatan yang lengkap dan modern	396	Setuju
6	Membantu untuk kemudahan pelanggan	401	Setuju
7	Menangani keluhan dengan baik	406	Setuju
8	Mampu menjawab pertanyaan konsumen	401	Setuju
9	Melayani dengan sopan	399	Setuju
10	Dapat dipercaya	411	Setuju
11	Membantu pelanggan	401	Setuju
12	Mengutamakan pelanggan	404	Setuju
Total		4.837	
Rata-rata Skor		403,03	

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan (X₂) berada pada kriteria baik. Artinya bahwa Variabel Kualitas Pelayanan (X₂) dinilai baik oleh konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa variable Kualitas Pelayanan berpengaruh baik terhadap Kepuasan Konsumen.

Tabel 3 Rekapitulasi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Indikator	Total Skor	Keterangan
1	Kecepatan memberikan pelayanan	394	Setuju
2	Kecepatan dalam menyelesaikan masalah	407	Setuju
3	Kecepatan dalam memberikan keputusan	400	Setuju
4	Sopan santun pegawai	415	Setuju
5	Tutur kata pegawai	405	Setuju
6	Kemampuan pegawai	404	Setuju
7	Memberikan solusi kepada konsumen	405	Setuju
8	Beragam paket jasa servis	407	Setuju
9	Jam buka	406	Setuju
10	Kenyamanan ruangan	403	Setuju
11	Kerapihan ruangan	407	Setuju

12	Kelengkapan fasilitas	413	Setuju
Total		4.866	
Rata-rata Skor		405,5	

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2021

Gambar 4.40 di atas menunjukkan bahwa Variabel Kepuasan Konsumen (Y) berada pada kriteria baik. Artinya bahwa Kepuasan Konsumen (Y) dinilai baik oleh konsumen.

Analisis Verifikatif

Tabel 5 Hubungan antara Harga (X₁) dengan Kualitas Pelayanan (X₂)

Correlations			
		Harga	Kualitas Pelayanan
Harga	Pearson Correlation	1	.382**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.382**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Dari hasil analisis diperoleh koefisien korelasi diantara variabel bebas Harga (X₁) dengan Kualitas Pelayanan (X₂) dapat dinilai sebesar 0,382 Dengan demikian berdasarkan tabel 3.41 menurut sugiyono (2017:184) Harga (X₁) dengan Kualits Pelayanan (X₂) memiliki tingkat hubungan yang rendah dan searah karena nilainya positif karena berada pada interval 0,20 – 0,399.

Tabel 5 Pengaruh Parsial Harga (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardize d Coefficients		Standar dized Coeffi cients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.867	5.394		.346	.730
	Harga	.505	.091	.439	5.550	.000
	Kualitas Pelayanan	.480	.096	.396	5.009	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2021

Berdasarkan gambar 4.44 di atas terlihat bahwa besaran derajat asosiatif atau koefisien jalur

variabel Harga (0,439), lebih tinggi dari variabel Kualitas Pelayanan (0,396) artinya Kualitas Pelayanan (X₂) lebih berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dibandingkan Harga (X₁)

Tabel 6 Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.694 ^a	.482	.472	3.83378

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25

,diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 4.48 menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R²) adalah 0,472 berarti 47,2% variabel Kepuasan Konsumen (Y) bisa diterangkan oleh variabel Harga (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) memiliki kontribusi terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 47,2% sedangkan sisanya 52,8% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak diketahui tetapi berpengaruh terhadap Y

Hasil Uji Hipotesis

Korelasi Antara Harga (X₁) dan Kualitas Konsumen (X₂)

Pengujian hipotesis hubungan antara Harga (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) dilakukan dengan menggunakan uji statistik t, yaitu dengan rumus sebagai berikut (Riduwan, 2011 : 229) :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Diketahui :

$$r = 0,382$$

$$n = 100$$

Maka :

$$t = \frac{0,382 \sqrt{100-2}}{\sqrt{1-0,382^2}}$$

$$t = \frac{0,382 (9.90)}{\sqrt{1-0,854}}$$

$$t = \frac{3.781}{0,146}$$

$$t = 25.90$$

Hasil thitung di atas selanjutnya dibandingkan dengan ttabel pada tingkat kesalahan 5%, db = n - 2 = 98, maka

diperoleh $t_{tabel} = 1,66055$. Dengan demikian diketahui $t_{hitung} (25,90) > t_{tabel} (1,66055)$, maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak, artinya ada hubungan yang signifikan antara Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2).

Hipotesis Pengaruh Variabel Secara Parsial
Tabel 6 Pengaruh Parsial Harga (X_1)
Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Structural	Sig.	A	Thitung	Ttabel	Kesimpulan
py x_1	0,000	0,05	5.550	1,66055	Ho ditolak

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2021

Tabel 4.49 menunjukkan bahwa nilai sig. (0,000) $< \alpha$ (0,05) dan $t_{hitung} (5,550) > t_{tabel} (1,66055)$ maka H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Harga secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Tabel 7 Pengaruh Parsial Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Structural	Sig.	A	Thitung	Ttabel	Kesimpulan
py x_2	0,000	0,05	5.009	1,66055	Ho ditolak

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2021

Tabel 4.50 menunjukkan bahwa nilai sig. (0,000) $< \alpha$ (0,05) dan $t_{hitung} (5,009) > t_{tabel} (1,66055)$ maka H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Hipotesis Pengaruh Variabel Secara Simultan

Untuk pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen dengan tingkat signifikan (α) = 5%, *degree of freedom* (df) = (n-2) = 100 - 2 = 98 diperoleh $t_{tabel} = 1,66055$. Berdasarkan tabel 4.41 di atas, menunjukkan bahwa $f_{tabel} = 3,09$. Sedangkan f_{hitung} dapat dilihat pada tabel 4.51 di bawah ini :

Tabel 8 Hasil Perhitungan Nilai F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1328.057	2	664.029	45.179	.000 ^b
	Residual	1425.690	97	14.698		
	Total	2753.748	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga						

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS
25, diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 4.51 di atas, menunjukkan bahwa $f_{hitung} = 45,179$ dan sig. 0,000. Pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y diperlihatkan pada tabel 4.52 di bawah ini :

Tabel 4.52

Pengaruh Simultan Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Structural	Sig.	A	Fhitung	Ftabel	Kesimpulan
Py $x_1 x_2$	0,000	0,05	45,179	3,09	Ho ditolak

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2021

Tabel 4.52 menunjukkan bahwa nilai sig. (0,000) $< \alpha$ (0,05) dan $f_{hitung} (45,179) > f_{tabel} (3,09)$ maka H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh simultan terhadap Kepuasan Konsumen.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka simpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Walaupun Harga pada Bengkel Honda NSS Ahass 1838 Karawang sudah sesuai, tetapi perlu melakukan perbaikan, yaitu memberikan biaya service yang lebih murah atau lebih sering mengadakan promo dikarenakan pada indikator harga terjangkau mendapat skor terkecil dibandingkan indikator yang lainnya.
2. Kualitas Pelayanan pada Bengkel Honda NSS Ahass 1838 Karawang sudah baik, tetapi diharapkan dapat meningkatkan fasilitas atau peralatan service motor maupun peralatan yang berkaitan dengan fasilitas penunjang untuk ruang tunggu konsumen dan dapat meningkatkan pelayanan dengan memberikan pelayanan yang lebih sopan atau lebih baik lagi karena pada indikator Kemudahan peralatan yang lengkap dan modern dan melayani dengan sopan mendapat skor terendah dalam Kualitas Pelayanan.
3. Kepuasan Konsumen pada Bengkel Honda NSS Ahass 1838 Karawang sudah baik, tetapi perlu adanya peningkatan dalam kecepatan memberikan pelayanan, sehingga konsumen bisa lebih puas lagi.

4. Terdapat pengaruh parsial antara Pengaruh parsial Harga dengan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. a. Pengaruh parsial Harga (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah 0,258 b. Pengaruh parsial Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah 0,222. Karena 0,258 lebih besar dari 0,222 maka dapat dinyatakan bahwa variabel Harga lebih banyak memberikan kontribusi terhadap Kepuasan Konsumen dibandingkan variabel Penerapan Kualitas Pelayanan, ini disebabkan karena responden lebih memperhatikan Harga yang diberikan membuat konsumen puas. 6. Total pengaruh Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 47,2%. Hal ini menunjukkan bahwa Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) berkontribusi terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 47,2%, sedangkan sisanya 52,8% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak diteliti.

6. REFERENSI

Sumber Buku

- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, S. 2014. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT. Wacana Media.
- Assuri, Sofian. 2017. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Hasibullah, Rahmat. 2016. *Mengelola Perilaku Dalam Organisasi: Tantangan dan Peluang*. Karawang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsika
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 12. Jakarta: Indeks.
- _____. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 12. Jakarta: Indeks.

- Manullang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Poniman, Budhi dan Choerudin, Achmad. 2017. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Deepublish.
- Schiffman, Leon G. 2014. *perilaku konsumen*. Jakarta: Indeks
- Sudaryono. 2014. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugianto. 2017. *Metologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Tjiptono, Fandy . 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wijayanto, Dian. 2012. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT. Kompas Gramedia.

Sumber Jurnal

- Erdha Ervinna Putri Ningrum, 2017. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melakukan Service pada Bengkel Sepeda Motor Ahas Tanjungtani Prambon Nganjuk”. Jurnal. Kediri : Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Risatul Umami, As’at Rizal, Sumartik, 2019. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe”. Jurnal. Surabaya : Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
- Yosi Pratama. 2015. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PO. Rosalia Indah Di Palur Karanganyar Dengan Fasilitas Sebagai Variabel Moderasi”. Surakarta : Universitas Slamet Riyadi Surakarta.
- Indah Dwi Kurniasih, 2012. “pengaruh Harga Dan Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi Pada Bengkel Ahas 000-2 Astra Motor Siliwangi Semarang)”. Semarang: Universitas Diponegoro.

Taqdees Fatima, Shahab Alam Malik, Asma Shabbir. 2018. "Hospital healthcare service quality, patient satisfaction and loyalty: An investigation in context of private healthcare systems", International Journal of Quality & Reliability Management, Vol. 35 Issue: 6, pp.1195-1214

<jawa-barat-2017.html>. Diakses pada tanggal 10 Desember 2019 Pukul 19:16 WIB

Sumber Skripsi

- Merry Novia. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Yen's Kopitiam Karawang*. Skripsi. Universitas Singaperbangsa karawang: Karawang.
- Arpiyanto. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Karawang*. Skripsi. Universitas Singaperbangsa karawang: Karawang.
- Reyin Enzelia. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor Pos Karawang*. Skripsi. Universitas Singaperbangsa Karawang:Karawang.
- Rikzan Dzimar Nawawi. 2017.*Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda ScoopyF1(Survei Pada Mahasiwa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karwang)*. Skripsi. Universitas Singaperbangsa karawang: Karawang.
- Evi Seviah. 2018.*Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kepuasan pelanggan terhadap citra toko(survei pada Toko Sinar Arum fashion-cikarang)*.Skripsi,Universitas Singaperbangsa Karwang : Karawang.

Sumber Artikel

<https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1133>. Diakses pada tanggal 10 Desember 2019 Pukul 19:16 WIB

<https://paryadi.com/Jumlah-Kendaraan-Bermotor-di-Jawa-Barat-Tahun-2018>. Diakses pada tanggal 12 Desember 2019 pukul 21:14 WIB

<https://jabar.bps.go.id/publication/2018/12/25/77cb315a1ea674754b525eac/statistik-transportasi->