

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PENCUCIAN MOBIL SI GALUH SAMARINDA

Masrulin Dwi Manfi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Jl. Muara
Muntai No. 1 Gunung Kelua Samarinda,
E-mail: manfimasrulindwi@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of Service Quality, Price and Consumer Trust on Service Usage Decisions at Si Galuh Car Wash. There are three independent variables in this study, namely Service Quality (X1), Price (X2) Consumer Confidence (X3) and one dependent variable, namely Service Use Decision (Y). The number of samples in this study were 100 consumers in Si Galuh Car Wash and data analysis used SPSS version25 software. The tests carried out in this study are validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, correlation coefficient test, determination coefficient test, t test and f test. The results in this study are the service quality variable partially has a positive and significant effect while the price and consumer trust variables partially have a positive but insignificant effect on the decision to use services at Si Galuh Car Wash. The results of the f test (simultaneous) show that service quality, price and consumer trust simultaneously have a positive and significant effect on the decision to use services at Si Galuh Car Wash. There are deficiencies in Si Galuh Car Wash, namely the less comfortable waiting room, this is evidenced by 44 of the 100 respondents who were researched, 44 stated that the waiting room at Si Galuh Car Wash was uncomfortable and 16 people stated that it was uncomfortable. It is recommended that Si Galuh Car Wash create a more comfortable waiting room for consumers so that consumers who wash their vehicles can feel comfortable while waiting for their vehicles to be washed.

Keywords: *service quality, price, consumer trust, service use decisions*

Pendahuluan

Pelayanan merupakan suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut Tjiptono (2012) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut akan memenuhi

keinginan pelanggan. Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Muzakki (2013), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Selain harga, kepercayaan konsumen juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Menurut Bernes dalam Muningsgar (2017), kepercayaan adalah keyakinan konsumen terhadap produsen untuk memberikan apa yang ia harapkan. Kepercayaan konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah usaha. Proses pengambilan keputusan pembelian menurut Tjiptono (2015) konsumen melewati lima tahap proses pengambilan keputusan yaitu: Identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian dan konsumsi, serta evaluasi purnabeli. Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya sama, namun proses pengambilan keputusan pada setiap orang akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya.

Pencucian Mobil Si Galuh adalah salah satu pencucian mobil yang terbesar dan tertua di Samarinda. Pencucian mobil yang terletak di Jalan Teuku Umar ini berdiri sejak awal tahun 1998. Di Jalan Teuku Umar ini terdapat lima tempat pencucian mobil. Dan Pencucian Mobil Si Galuh merupakan tempat pencucian mobil yang paling ramai dibandingkan kompetitor terdekatnya. Maka dari itu tidak heran jika Pencucian Mobil Si Galuh dapat bertahan hingga 20 tahun lebih.

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa di Pencucian Mobil Si Galuh Samarinda dan apakah kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Pencucian Mobil Si Galuh Samarinda.

Metode

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif adalah metode yang data penelitiannya berupa angka-angka. Penelitian kuantitatif disebut juga penelitian tradisional, karena jenis penelitian ini sudah cukup lama digunakan oleh para peneliti untuk melakukan penelitian sehingga sudah mentradisi di kalangan peneliti. Penelitian kuantitatif adalah analisis statistik dan data yang dikumpulkan lebih mengambil bentuk yang dapat dihitung.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa di Pencucian Mobil Si Galuh. Untuk mendapatkan jumlah responden yang diinginkan maka dilakukan sampel dalam penelitian ini. Jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah 17 item pertanyaan dikali 5 (jumlah minimal ukuran sampel) dan hasilnya 85. Namun agar memudahkan dalam menghitung maka peneliti memutuskan untuk membulatkan menjadi 100 orang konsumen Pencucian Mobil Si Galuh yang akan diteliti.

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan penelitian lapangan yang dilakukan peneliti yaitu peninjauan secara langsung ke perusahaan melalui observasi dan kuisioner kepada pihak-pihak yang berhubungan dengan masalah yang dibahas untuk mendapatkan data-data dan informasi yang diperlukan.

Alat pengukur data dalam penelitian ini menggunakan pengukuran skala likert. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel (Sugiyono, 2012). Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda berupa persamaan regresi, perhitungan koefisien kolerasi, koefisien determinasi, uji f, dan uji t.

Hasil dan Pembahasan

Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS Versi 25.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel} (100)	5%	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	Indikator 1	0,633	0,197		Valid
	Indikator 2	0,644	0,197		Valid
	Indikator 3	0,452	0,197		Valid
	Indikator 4	0,621	0,197		Valid
	Indikator 5	0,350	0,197		Valid
Harga (X_2)	Indikator 1	0,782	0,197		Valid
	Indikator 2	0,707	0,197		Valid
	Indikator 3	0,775	0,197		Valid
	Indikator 4	0,723	0,197		Valid
Kepercayaan Konsumen (X_3)	Indikator 1	0,771	0,197		Valid
	Indikator 2	0,776	0,197		Valid
	Indikator 3	0,505	0,197		Valid
Keputusan Penggunaan(Y)	Indikator 1	0,532	0,197		Valid
	Indikator 2	0,542	0,197		Valid
	Indikator 3	0,617	0,197		Valid
	Indikator 4	0,627	0,197		Valid
	Indikator 5	0,572	0,197		Valid

Sumber: data diolah, 2020

Berdasarkan tabel pengujian validitas variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Penggunaan Jasa dengan 17 pernyataan, maka setelah dilakukan uji validitas terlihat hasil perhitungan menunjukkan bahwa semua nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} pada nilai

signifikansi 5%. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua item dalam kuesioner penelitian ini valid sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Butir Pernyataan	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
X1	0,694	6	Reliabel
X2	0,796	5	Reliabel
X3	0,767	4	Reliabel
Y	0,719	6	Reliabel

Sumber: data diolah, 2020

Dari tabel di atas dapat dilihat kolom *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 yang berarti instrument atau item-item pernyataan dalam penelitian ini reliabel untuk mengukur variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pencucian Mobil Si Galuh. Berdasarkan tabel 3, menunjukkan bahwa nilai signifikan 0,200 lebih besar dibanding dari Sig 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.15085494
Most Extreme Differences	Absolute	.041
	Positive	.041
	Negative	-.038
Test Statistic		.041
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: data diolah, 2020

Metode yang digunakan untuk menguji ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF). Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independen). Kriteria pengujian pada uji multikolinieritas, nilai

Tolerance > 0.10 atau sama dengan nilai VIF < 10 menunjukkan adanya multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi. Hal ini terlihat dari nilai tolerance lebih besar 0,10 dan nilai VIF lebih kecil 10, sehingga disimpulkan data tidak terjadi masalah multikolinieritas.

Cara untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas diuji dengan metode uji Glejser dengan cara menyusun regresi antara nilai absolut residual dengan variabel independen. Hal ini terlihat dari nilai signifikan variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,530, harga (X_2) sebesar 0,082 dan kepercayaan konsumen (X_3) sebesar 0,108. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari masing-masing variabel menunjukkan angka > 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4. Persamaan Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	9.240	2.437		3.792	.000
Kualitas Pelayanan	.256	.120	.210	2.144	.035
Harga	.076	.119	.078	.632	.529
Kepercayaan Konsumen	.262	.146	.221	1.799	.075

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data diolah, 2020

Data di atas menunjukkan bahwa *Coefficients* bagian B diperoleh persamaan regresi linear sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 9,240 + 0,256 X_1 + 0,076 X_2 + 0,262 X_3$$

Pada persamaan regresi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Konstanta (a)

Nilai konstanta sebesar 9,240 artinya jika tidak terjadi perubahan variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), dan Kepercayaan Konsumen (X_3) nilainya adalah 0, maka nilai keputusan penggunaan Jasa (Y) pada Pencucian Mobil Si Galuh adalah sebesar 9,240 satuan.

b. Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,256 maka berpengaruh positif terhadap variabel Keputusan Penggunaan Jasa (Y) artinya jika variabel Kualitas Pelayanan ditingkatkan 1 satuan maka minat penggunaan jasa akan meningkat sebesar 0,256, sebaliknya apabila variabel Kualitas Pelayanan diturunkan 1 satuan maka Keputusan Penggunaan Jasa akan menurun sebesar 0,256. Dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.

c. Koefisien regresi variabel Harga (X_2)

Variabel Harga sebesar 0,076 maka berpengaruh positif terhadap variabel Keputusan Penggunaan Jasa (Y) artinya jika variabel Harga ditingkatkan 1 satuan maka minat penggunaan jasa akan meningkat sebesar 0,076, sebaliknya apabila variabel Harga diturunkan 1 satuan maka Keputusan Penggunaan Jasa akan menurun sebesar 0,076. Dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.

d. Koefisien regresi variabel Kepercayaan Konsumen (X_3)

Variabel Kepercayaan Konsumen sebesar 0,262 maka berpengaruh positif terhadap variabel Keputusan Penggunaan Jasa (Y) artinya jika variabel Kepercayaan Konsumen ditingkatkan 1 satuan maka minat penggunaan jasa akan meningkat sebesar 0,262, sebaliknya apabila variabel Kepercayaan Konsumen diturunkan 1 satuan maka Keputusan Penggunaan Jasa akan menurun sebesar 0,262. Dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.

Koefisien korelasi menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel bebas (X_1 , X_2 dan X_3) secara serentak terhadap variabel terikat (Y). Nilai R berkisar antara 0 sampai 1 semakin mendekati 1 berarti hubungannya semakin kuat, sebaliknya semakin mendekati 0 maka hubungannya semakin lemah. Berdasarkan data diatas, maka diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,351 yang artinya tingkat hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Harga(X_2) dan Kepercayaan Konsumen (X_3) terhadap variabel Keputusan Penggunaan Jasa (Y) pada Pencucian Mobil Si Galuh termasuk pada tingkat hubungan lemah.

Pengujian koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Berdasarkan hasil output SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel Model Summary dan tertulis R Square. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi R^2 sebesar 0,123, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2) dan Kepercayaan Konsumen (X_3) terhadap variabel Keputusan Penggunaan Jasa (Y) pada Pencucian Mobil Si Galuh sebesar 12,3%. Sedangkan sisanya 87,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Tabel 5. Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	64.287	3	21.429	4.500	.005 ^b
	Residual	457.103	96	4.761		
	Total	521.390	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa (Y)

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan Konsumen (X₃), Kualitas Pelayanan (X₁), Harga (X₂)

Sumber: data diolah, 2020

Berdasarkan hasil tabel 5 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 4,500 lebih besar dari F_{tabel} (2,70) dan nilai Sig. sebesar 0,005 lebih kecil daripada 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X₁), Harga (X₂) dan Kepercayaan Konsumen (X₃) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Penggunaan Jasa (Y) pada Pencucian Mobil Si Galuh.

Tabel 6. Uji Parsial (t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	9.240	2.437		3.792	.000
	Kualitas Pelayanan (X ₁)	.256	.120	.210	2.144	.035
	Harga (X ₂)	.076	.119	.078	.632	.529
	Kepercayaan Konsumen (X ₃)	.262	.146	.221	1.799	.075

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa (Y)

Sumber: data diolah, 2020

Berdasarkan hasil tabel 6 dapat diterangkan pengaruh antara masing-masing variabel bebas terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Pencucian Mobil Si Galuh sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

Nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan (X₁) sebesar 2,144 lebih besar dari t_{tabel} (1,984) dan nilai Sig. 0,035 lebih kecil dari 0,05, maka dapat

disimpulkan bahwa H1 diterima. Artinya Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y).

2. Variabel Harga (X_2)

Nilai t_{hitung} variabel Harga (X_2) sebesar 0,632 lebih kecil dari t_{tabel} (1,984) dan nilai Sig. 0,529 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak. Artinya Harga (X_2) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y).

3. Variabel Kepercayaan Konsumen (X_3)

Nilai t_{hitung} variabel Kepercayaan Konsumen (X_3) sebesar 1,799 lebih kecil dari t_{tabel} (1,984) dan nilai Sig. 0,075 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak. Artinya Kepercayaan Konsumen (X_3) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y).

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2) dan Kepercayaan Konsumen (X_3) terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y) secara Simultan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2) dan Kepercayaan Konsumen (X_3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y) pada Pencucian Mobil Si Galuh. Sehingga dapat dinyatakan H4 diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Citra Swalayan Andalas (studi kasus seluruh seluruh pelanggan Citra Swalayan Andalas Jl. Andalas Timur No. 102 Padang). Dari analisis Koefisien Korelasi (r) diketahui bahwa tingkat hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat berada pada tingkat hubungan yang lemah.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Pencucian Mobil Si Galuh. Dengan begitu H1 diterima. Hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Manengal (2015) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Esa Genangku (ESACOM) Manado”.

Hasil menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Sejalan dengan pendapat Tjiptono (2012) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut akan memenuhi keinginan pelanggan. Adapun temuan-temuan yang penulis temukan di lapangan selama penulis melakukan penelitian dan diperkuat dengan hasil kuesioner yang

telah dijawab oleh responden pada indikator kualitas pelayanan menunjukkan bahwa ruang tunggu yang ada di Pencucian Mobil Si Galuh masih dalam keadaan yang kurang atau bahkan tidak nyaman. Namun karyawan cukup cepat dan bersih dalam mencuci kendaraan konsumen. Karyawan juga melayani permintaan konsumen Pencucian Mobil Si Galuh lumayan dapat menjamin kebersihan kendaraan konsumen dan Karyawan bersikap ramah.

Pengaruh Kualitas Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis variabel Harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Pencucian Mobil Si Galuh. Dengan begitu H2 ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Andriani (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Merek Dharma (Studi Kasus Pada Konsumen CV. Bahana Tirta Alam Maritim Di Kab. Sumbawa Besar)”. Hasil menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Sejalan dengan teori yang dikemukakan Suharno & Sutarso (2010) harga merupakan sejumlah uang yang ditawarkan atau sejumlah pengorbanan yang diperlukan konsumen untuk memperoleh atau mendapatkan suatu produk atau jasa yang diinginkannya dari produsen atau pedagang. Adapun temuan-temuan yang penulis temukan dilapangan selama penulis melakukan penelitian dan diperkuat dengan hasil kuesioner yang telah dijawab oleh responden pada indikator variabel Harga menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan Pencucian Mobil Si Galuh cukup mahal namun konsumen tidak keberatan dengan harga yang diberikan karena harga tersebut masih lebih murah jika dibandingkan dengan pencucian mobil lainnya selain itu konsumen juga merasa nyaman saat berkendara ketika mobilnya bersih. Maka dari itu pihak Pencucian Mobil Si Galuh agar selalu dapat memberikan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan, karena agar konsumen tetap mau untuk memakai jasa Pencucian Mobil Si Galuh.

Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis variabel Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Pencucian Mobil Si Galuh. Dengan begitu H3 ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Lutfiyani (2019) yang berjudul “Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan (studi kasus pada KSPPS Bhonda Ben Tumoto Semarang)”. Hasil menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan.

Sejalan dengan teori yang dikemukakan, menurut Sangadji dan Sopiah (2013) kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Adapun temuan-temuan yang penulis temukan dilapangan selama penulis melakukan penelitian dan diperkuat dengan hasil kuesioner yang

telah dijawab oleh responden pada indikator variabel Kepercayaan Konsumen menunjukkan bahwa Alat untuk mencuci di Pencucian Mobil Si Galuh cukup mendukung untuk membersihkan kendaraan konsumen, Karyawan di Pencucian Mobil Si Galuh bekerja dengan sepenuh hati dan selalu memberikan yang terbaik untuk konsumen. Maka dari itu pihak Pencucian Mobil Si Galuh agar selalu dapat mempertahankan kepercayaan konsumen, karena apabila konsumen sudah tidak percaya lagi pada suatu produk atau jasa maka konsumen enggan untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) dan kepercayaan konsumen (X_3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa (Y) pada Pencucian Mobil Si Galuh. Hasil analisis regresi linear berganda, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pada Pencucian Mobil Si Galuh. Sedangkan pada variabel harga (X_2) dan kepercayaan konsumen (X_3) berpengaruh positif akan tetapi tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa (Y) pada Pencucian Mobil Si Galuh.

Daftar Pustaka

- Andriani, W., & Sari, P. R. K. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL DALAM KEMASAN MEREK DHARMA. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1).
- Lutfiyani, V., & Soliha, E. (2019). PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN (Studi pada KSPPS Bondho Ben Tumoto Semarang). *MADIC*.
- Manengal, C. D. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Esa Genangku (Esacom) Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).
- Sangadji, E. M., & Sopiah, S. (2013). The Effect of Organizational Culture On Lecturers' Job Satisfaction and Performance: A Research in Muhammadiyah University throughout East Java. *International Journal of Learning & Development*, 3(3), 1-18.
- Sri, W. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Citra Swalayan Andalas Padang (Studi Kasus Seluruh Pelanggan Citra Swalayan Andalas Padang Jln. Andalas Timur No. 102 Padang)* (Doctoral dissertation, STKIP PGRI SUMATERA BARAT).
- Tjiptono. 2012. *Pemasaran Strategik*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Suharno dan Yudi Sutarto. 2010. *Marketing In Practice*. Graha Ilmu. Yogyakarta.