

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENYEWA KENDARAAN YANG BERDAMPAK PADA KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. GUMILAR NUSA SEJATI DI JAKARTA SELATAN

Ade Yusuf^{1*}, Aan Purnama², Yuyus Kadarusman³

Universitas Pamulang^{1, 2, 3}

Jl. Surya Kencana No.1 Pamulang Barat*

dosen02604@unpam.ac.id*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price and service quality on the decision to rent a vehicle. The statistical methods used are multiple linear regression analysis, correlation coefficient test, determination coefficient test, and t test and F test to test the hypothesis partially and simultaneously. The results of the study showed that price has a positive and significant effect on the decision to rent by 32% and the hypothesis test obtained a calculated t value > t table ($6.793 > 1.984$). Service quality has a positive and significant effect on the decision to rent by 13.4% and the hypothesis test obtained a calculated t value > t table ($3.898 > 1.984$). Price and service quality simultaneously have a positive and significant effect on the decision to rent by 40.1% and the hypothesis test obtained a calculated F value > F table ($21.413 > 2.700$). The decision to rent has a positive and significant effect on customer satisfaction by 72.2%. The hypothesis test obtained a calculated t value > t table ($15.968 > 1.984$).

Keywords: Price, Service Quality, Rental Decision, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Usaha di bidang transportasi terutama dalam dunia rental di wilayah Jakarta telah begitu banyak. Persaingan yang terjadi sangat kompetitif dengan pelayanan dan harga yang bervariasi, walaupun pertumbuhan perusahaan rental transportasi setiap tahunnya mengalami peningkatan, hal ini tidak menjadi acuan bagi pengusaha rental untuk tidak memperbaiki kualitas layanan dan harga jual produk yang harus dijaga dengan baik. Hal ini dikarenakan, perhatian terhadap peningkatan kualitas pelayanan dari waktu ke waktu menjadi semakin penting.

Kepuasan Konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi perusahaan agar dapat bersaing dan mencapai tujuan. Dengan terpenuhinya keinginan dan harapan para pelanggan, maka akan berdampak positif bagi perusahaan. Kepuasan Konsumen inilah yang menjadi dasar menuju terwujudnya konsumen yang loyal dan setia. Jika para konsumen merasa puas maka mereka akan menggunakan produk atau jasa perusahaan secara berulang dan terus menerus. Dengan begitu, perusahaan akan

menumbuhkan kembangkan usahanya melalui perolehan tingkat laba yang optimal, karena kunci keberhasilan perusahaan sangat tergantung pada suksesnya perusahaan dalam mewujudkan kepuasan konsumen.

Tabel 1. Data Pengunjung PT Gumilar Nusa Sejati Tahun 2022-2024

Bulan	Tahun 2022			Tahun 2023			Tahun 2024		
	Target Pengunjung	Realisasi	%	Target Pengunjung	Realisasi	%	Target Penjualan	Realisasi	%
Januari	150	93	62%	250	108	43%	250	94	37%
Februari	150	87	58%	250	90	36%	250	88	35%
Maret	150	98	65%	250	105	42%	250	103	41%
April	150	100	66%	250	112	44%	250	104	41%
Mei	150	85	56%	250	104	41%	250	116	46%
Juni	150	105	70%	250	111	44%	250	98	39%
Juli	150	90	60%	250	92	36%	250	102	40%
Agustus	150	86	57%	250	97	38%	250	95	38%
September	150	85	56%	250	86	34%	250	84	33%
Oktober	150	98	65%	250	101	40%	250	96	38%
November	150	110	73%	250	99	39%	250	108	43%
Desember	150	112	74%	250	115	46%	250	110	44%

Sumber: PT GNS, 2025

Keputusan menyewa adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan menyewa, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia alternatif pilihan lain. Keputusan untuk menyewa dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam mengambil keputusan tersebut dapat digolongkan sebagai berikut :

1. *Fully Planned Purchase*, biasanya terjadi ketika keterlibatan dengan produk yang lebih tinggi (barang otomotif) namun bisa juga terjadi dengan keterlibatan yang lebih rendah (kebutuhan rumah tangga). Planned Purchase dapat dialihkan dengan taktik marketing misalnya pengurangan harga, atau aktifitas promosi lainnya.
2. *Partially Planned Purchase*, bermaksud untuk membeli produk yang sudah ada

tetapi pemilihan merek ditunda sampai saat pembelajaran. Keputusan akhir dapat dipengaruhi oleh Discount, harga atau display produk.

3. *Unplanned Purchase*, baik produk dan merek dipilih saat ditempat pembelian.

Perusahaan jasa yang baik tentunya akan mempelajari perilaku pembeli guna memahami mengapa dan bagaimana pembeli bersedia membeli produk atau jasa perusahaan dengan mempelajari perilaku pembeli serta mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli, perusahaan akan mengetahui kesempatan baru yang berasal dari belum terpenuhinya kebutuhan konsumen. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli, berbeda-beda untuk masing-masing pembeli, disamping produk yang dibeli dan saat pembeliannya.

Persaingan dalam sebuah bisnis dapat membuat industri dan pasar lebih atraktif bagi perusahaan yang terlibat dalam persaingan tersebut. Tingginya intensitas rivalitas dengan adanya ancaman pendatang baru maupun barang substitusi serta posisi tawar yang tinggi dari *buyer* ataupun kandidat *buyer* akan menyebabkan satu sama lain berusaha untuk memiliki komparasi dalam mengadopsi metode persaingan termasuk penetapan biaya rendah dalam upaya untuk tampil sebagai *leader*.

Harga merupakan instrumen pemasaran yang paling fleksibel dan mudah dimainkan dibanding instrumen pemasaran yang lain. Hal ini berarti ada titik lemah dan sekaligus kekuatan yang dimilikinya. Kelemahannya, jika tidak waspada bisa mendorong nilai produk merosot kebawah, atau bahkan tidak tersentuh pembeli. Sebaliknya menjadi kekuatan kalau sampai pada tahap dianggap sebagai bagian dari nilai produk itu sendiri.

Tabel 2. Daftar Harga Sewa Kendaraan dengan Kompetitor Tahun 2021-2023

Jenis Kendaraan	Daftar Harga Sewa Mobil Mingguan		Perbandingan %
	PT Gumilar Nusa Sejati	Mandiri Rental Car	
Toyota Avanza	Rp.2.000.000	Rp.1.750.000	12,50%
Toyota Innova	Rp.2.500.000	Rp.2.000.000	20%
Toyota Fortuner	RP.4.500.000	Rp.3.800.000	15,50%

Sumber: Data PT Gumilang Nusa Sejati Tahun 2025

Kualitas pelayanan juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dimana pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa puas. Pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang karyawan dalam sebuah perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang tingkat kepuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani ataupun yang dilayani. Walaupun pelayanan tidak berwujud tetapi

dapat dinilai berdasarkan pengalaman dan penilaian konsumen.

Menurut Gronroos dalam buku Daryanto (2023), pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. Pada PT Gumilar Nusa Sejati dimana Pelayanan yang dilakukan tidak efektif didukung dengan hasil pengunjung yang datang dan dengan total target pengunjung dan masih ada Hal lainnya yang mempengaruhi kedatangan konsumen ke lokasi dikarenakan adanya beberapa faktor yang mempengaruhi tingkatan pengunjung yang datang ke PT Gumilar Nusa Sejati karena beberapa hal yaitu bisa terjadi karena adanya kualitas pelayanan yang kurang ataupun armada kendaraan yang terbatas sehingga membuat konsumen tidak berkunjung kembali.

METODE

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, menurut Sugiyono (2022), berpendapat “penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Penelitian ini merupakan studi empiris yang bertujuan untuk menguji pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan sewa kendaraan yang berdampak pada kepuasan konsumen.

Pada penelitian ini, persepsi responden diukur menggunakan *skala likert* atau *likert scale* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Pertanyaan kuesioner yang dibuat penulis yaitu menggunakan skala 1-5 untuk mewakili pendapat dari responden yang mana nilai pada skala 1 adalah sangat tidak setuju dan nilai pada skala 5 adalah sangat setuju. dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Skala Likert

Skala Likert	Disingkat	Bobot
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-ragu	R	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono, 2024

Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variabel yang diukur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih akurat, efisien dan komunikatif. Yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

Operasionalisasi variabel diperlukan dalam menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam suatu penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar. Menurut Singarimbun & Effendi (2012), Operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel-variabel. Sedangkan variabel diartikan sebagai segala suatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Secara teoritis variabel dapat diartikan sebagai atributorang, objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan orang lain. Untuk memperjelas permasalahan yang sedang diteliti, maka perlu adanya batasan- batasan dalam operasional variabel penelitian,

Dalam penelitian yang dilakukan penulis terdiri dari variabel independen yaitu Penetapan Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), variabel Intervening Keputusan (Y) dan variabel Dependen Kepuasan (Z). Dalam penelitian populasinya adalah penyewa kendaraan pada PT Gumilar Nusa sejati yang berjumlah 133. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sample random sampling*. Menurut Sugiyono (2020) *sample random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Desain penelitian adalah kerangka kerja yang digunakan untuk melaksanakan penelitian. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis variabel harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2), berpengaruh terhadap keputusan sewa kendaraan (Y) dan dampaknya pada kepuasan konsumen (Z).

Uji Validitas Data

Valid adalah menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2014) bahwa “Valid berarti terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya”.

Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Menurut Sugiyono (2014), berpendapat instrumen yang reliabel jika digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Pengujian Data Penelitian (Uji Asumsi Klasik)

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ketepatan data. Menurut Santoso (2011) mengemukakan sebuah model regresi akan digunakan untuk melakukan peramalan sebuah model yang baik adalah model dengan kesalahan peramalan yang seminimal mungkin.

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t atau uji parsial dimaksudkan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Dalam penelitian ini rumusan hipotesis yang dibuat adalah sebagai berikut:

Variabel Harga (X1)

H₀: $\rho_1 = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan sewa kendaraan (Y) dan dampaknya pada kepuasan konsumen (Z) secara parsial pada PT Gumilar Nusa Sejati

Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

H₀: $\rho_2 = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan (x2) keputusan sewa kendaraan (Y) dan dampaknya pada kepuasan konsumen (Z) secara parsial pada PT Gumilar Nusa Sejati

Taraf signifikansi yang digunakan $\alpha = 0,05$ artinya kemungkinan hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95% atau toleransi kesalahan 5%. Dalam pengujian ini, digunakan *software* SPSS versi 26. Kriteria hipotesis diterima atau ditolak yaitu dengan membandingkan antara nilai t hitung dengan t tabel dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai t hitung > t tabel, maka H₀ ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai t hitung < t tabel, maka H₀ diterima dan H_a ditolak.

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F atau simultan dimaksudkan untuk menguji pengaruh semua variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini rumusan hipotesis yang dibuat, sebagai berikut:

H₀: p₃ = 0 Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) terhadap keputusan sewa kendaraan (Y) dan dampaknya pada kepuasan konsumen (Z). secara simultan pada PT Gumilar Nusa Sejati

H_a: p₃ ≠ 0 Terdapat pengaruh yang signifikan antara antara harga (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) terhadap keputusan sewa kendaraan (Y) dan dampaknya pada kepuasan konsumen (Z). secara simultan pada PT Gumilar Nusa Sejati

Rumus yang digunakan menurut Sugiyono (2017) “Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel independen terhadap variabel dependen”. Untuk, mencari nilai F hitung digunakan rumus sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{r^2 / k}{(1 - r^2) / (n - k - 1)}$$

Sumber: Sugiyono (2022)

Keterangan:

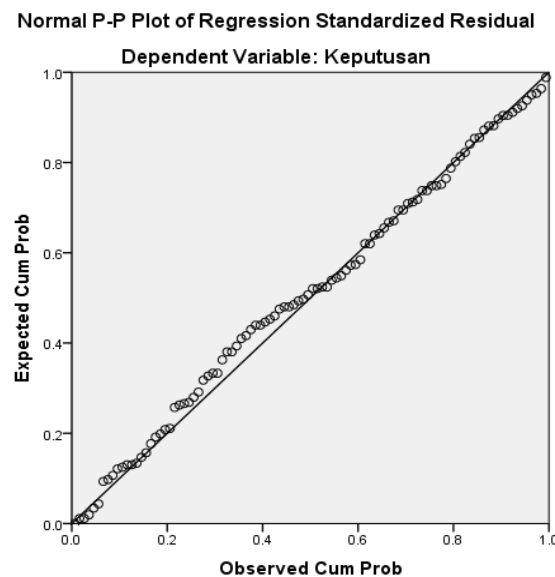
- r² = Koefisien korelasi ganda
 k = Jumlah variabel independen
 n = Jumlah data (sampel responden).

Dalam pengujian ini, digunakan *software* SPSS versi 26. Kriteria hipotesis diterima atau ditolak yaitu dengan membandingkan antara nilai F hitung dengan F tabel dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai F hitung > F tabel, maka H₀ ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai F hitung < F tabel, maka H₀ diterima dan H_a ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi variabel lebih besar dari α = 0,05 yaitu sebesar 0.200. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel harga, kualitas pelayanan dan keputusan berdistribusi normal, sehingga dapat dianalisa lebih lanjut.



Sumber: Data Primer diolah, 2025

Gambar 1. Grafik P-P Plot Hasil Uji Normalitas

Pada gambar di atas dapat dilihat bahwa grafik normal *probability plot* menunjukkan pola grafik yang normal. Hal ini terlihat dari titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal. Oleh karena ini dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Adapun hasil pengujian Multikolinearitas Dengan *Collinearity Statistic* adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas Dengan *Collinearity Statistic*

Model	Coefficients ^a			Collinearity Statistics			
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.589	2.958		3.242	.002		
Harga	.161	.088	.189	1.844	.068	.777	1.287
Pelayanan	.441	.134	.338	3.302	.001	.777	1.287

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas pada tabel diatas diperoleh nilai tolerance variabel harga sebesar 0,777 dan kualitas pelayanan 0,777 dimana kedua nilai tersebut lebih dari > 0.10 , dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) 1.287 dimana kurang dari < 10.00 , maka tidak terjadi multikolinearitas.

kriteria pedoman Uji *Durbin-Watson* (DW Test) yang menjadi acuannya adalah sebagai berikut ini:

Tabel 5. Pedoman Interpretasi Uji Durbin Watson

Kriteria	Keterangan
< 1,000	Ada autokorelasi
1,100 – 1,550	Tanpa kesimpulan
1,550 – 2,460	Tidak ada autokorelasi
2,460 – 2,900	Tanpa kesimpulan
> 2,900	Ada autokorelasi

Sumber: Sugiyono (2024)

Adapun hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi Dengan Durbin Watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.458 ^a	.210	.194	3.471	1.709

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, model regresi ini tidak ada autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,709 yang berada di antara interval 1.550 – 2.460.

Besar pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y yang berdampak pada variabel Z. Dalam penelitian ini adalah harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan menyewa (Y) yang berdampak pada kepuasan konsumen (Z) baik secara parsial maupun secara simultan.

Tabel 7. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana Variabel Harga (X1) Terhadap Keputusan (Y)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	17.007	2.019		.000
	Harga	.298	.081	.348	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 17,007 + 0,298X_1$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 17,007 diartikan bahwa jika variabel harga (X_1) tidak ada maka telah terdapat nilai keputusan sewa kendaraan (Y) sebesar 16,627 *point*.
- 2) Nilai koefisien regresi harga (X_1) sebesar 0,298 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas pelayanan (X_2), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel harga (X_1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada keputusan sewa kendaraan (Y) sebesar 0,584 *point*.

Tabel 8. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Keputusan (Y)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.709		3.655	.000
	Pelayanan	.558	.427	4.676	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 10,709 + 0,558X_2$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 10,709 diartikan bahwa jika variabel kualitas pelayanan (X_2) tidak ada maka telah terdapat nilai keputusan sewa (Y) sebesar 10,709 *point*.
- 2) Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,558 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas pelayanan (X_2), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel kualitas pelayanan (X_2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada keputusan sewa kendaraan (Y) sebesar 0,558 *point*.

Tabel 9. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana Variabel Keputusan (Y) Terhadap Kepuasan (Z)

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	14.855	1.779		8.349
	Keputusan	.389	.072	.478	5.380

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Z = 14,855 + 0,389Y$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 14,855 diartikan bahwa jika variabel keputusan sewa kendaraan (Y) tidak ada maka telah terdapat nilai keputusan sewa kendaraan (Y) sebesar 14,855 *point*.
- 2) Nilai Y sebesar 0,389 diartikan bahwa apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel lain maka setiap perubahan 1 *point* pada variabel Y akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Z sebesar 0,389 *point*.

Tabel 10. Hasil Pengujian Regresi Berganda Variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan sewa (Y)

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	9.589	2.958		3.242
	Harga	.161	.088	.189	1.844
	Pelayanan	.441	.134	.338	3.302

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil perhitungan regresi berganda ada tabel di atas, persamaan regresinya $Y = 9,589 + 0,161X_1 + 0,441X_2$. Dari persamaan tersebut maka dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 9,589 diartikan bahwa apabila variabel Harga (X_1), Promosi (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) tidak ada maka telah terdapat nilai keputusan sewa

kendaraan sebesar 9,589 *point*.

- 2) Nilai harga (X_1) sebesar 0,161 diartikan bahwa apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas pelayanan (X_2) maka setiap perubahan 1 *point* pada variabel X_1 akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Y sebesar 0,161 *point*.
- 3) Nilai kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,441 diartikan bahwa apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel harga (X_1) maka setiap perubahan 1 *point* pada variabel kualitas pelayanan (X_2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada keputusan sewa kendaraan (Y) sebesar 0,441 *point*.

Pengujian hipotesis variabel harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan sewa (Y) yang berdampak pada kepuasan konsumen (Z) dilakukan dengan uji t (uji secara parsial). Adapun hasil pengolahan data menggunakan program SPSS Versi 24, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Harga (X_1) Terhadap Keputusan Sewa (Y)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	17.007	2.019		8.424
	Harga	.298	.081	.348	3.678
					.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($3,678 > 1,984$) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $p\ value < Sig.0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan sewa kendaraan.

Tabel 12. Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Sewa (Y)

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10.709	2.930		3.655	.000
	Pelayanan	.558	.119	.427	4.676	.000

a. Dependent Variable: Keputusan
 Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(4,676 > 1,984)$ Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $p\ value < Sig.0,05$ atau $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan sewa kendaraan

Tabel 13. Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Keputusan Sewa (Y) Terhadap Kepuasan Konsumen (Z)

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
			Std. Error			
Model		B		Beta	t	Sig.
1	(Constant)	14.855	1.779		8.349	.000
	Keputusan	.389	.072	.478	5.380	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan
 Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(5,380 > 1,984)$ Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $p\ value < Sig.0,05$ atau $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara keputusan sewa kendaraan terhadap kepuasan konsumen

Tabel 14. Hasil Uji Hipotesis (Uji f) Variabel Harga (X₁), Dan Kualitas Pelayanan (X₂) Terhadap Keputusan Sewa (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	310.793	2	155.396	12.899	.000 ^b
	Residual	1168.597	97	12.047		
	Total	1479.390	99			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Harga

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas diketahui bahwa f_{hitung} sebesar 12,899 dimana memenuhi ketentuan uji hipotesis simultan, $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($12,899 > 3,09$). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $p\ value < sig.$ 0,05 atau ($0,000 < 0,05$). ini menunjukkan H₀₃ ditolak dan H_{a3} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara dan harga (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) secara bersama-sama terhadap keputusan sewa (Y) pada PT Gumilar Nusa Sejati.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan sewa kendaraan yang berdampak pada kepuasan konsumen pada PT Gumilar Nusa Sejati Jakarta Selatan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh harga (X₁) terhadap keputusan sewa kendaraan (Y) diperoleh nilai sebesar 12,1%. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($3,678 > 1,984$). Dengan demikian H₀ ditolak dan H₁ diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan sewa kendaraan.
2. Pengaruh kualitas pelayanan (X₂) terhadap keputusan sewa kendaraan (Y) diperoleh nilai sebesar 18,2%. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($4,676 > 1,984$). Dengan demikian H₀ ditolak dan H₁ diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan sewa kendaraan.
3. Pengaruh harga (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) secara simultan terhadap keputusan sewa kendaraan diperoleh nilai sebesar 21,0%. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($12,899 > 3,09$). Dengan demikian H₀ ditolak dan H₃ diterima.

Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan sewa kendaraan.

4. Pengaruh keputusan sewa kendaraan (Y) terhadap kepuasan konsumen (Z), diperoleh nilai sebesar 22,8%. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($5,380 > 1,984$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan keputusan sewa kendaraan terhadap kepuasan konsumen.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Pada variabel Harga, dimana pernyataan yang paling lemah adalah nomor 2 yaitu " Harga Sewa Kendaraan pada PT Gumilar Nusa Sejati lebih murah dibandingkan perusahaan lain "dimana hanya mencapai rata-rata score sebesar 4,06.
2. Pada variabel kualitas pelayanan, dimana pernyataan yang paling lemah adalah nomor 2 "Karyawan PT Gumilar Nusa Sejati mengetahui cara melayani customer dengan baik" yang mendapatkan rata-rata sebesar 3,93.
3. Pada variabel Keputusan Sewa dimana pernyataan yang paling lemah adalah nomor 1 dan 3 "Kendaraan yang ditawarkan PT Gumilar Nusa Sejati dapat membantu masyarakat dalam hal menyewa kendaraan" dan "PT Gumilar Nusa Sejati memiliki keterangan yang lengkap dan mudah dipahami mengenai kendaraan yang akan di sewa" yang mendapatkan rata-rata sebesar 3,96.
4. Pada variabel kepuasan Konsumen, dimana pernyataan yang paling lemah adalah nomor 2 "Saya Penyewaan di PT. Gumilar Nusa Sejati kendaraan karena karakteristik merek." yang mendapatkan rata-rata sebesar 3,94.

REFERENSI

- Daryanto. 2023. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Kristianto. 2022. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Erlangga.
- Santoso, S. 2011. *Structural Equation Modeling (SEM) Konsep dan Aplikasi dengan Amos 18*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Singarimbun, Masri & Sofian Effendi. 2012. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3E.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methode)*. Bandung: Alfabetha

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabetha
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabetha
- Sugiyono. 2024. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabetha