

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA JASA CUCI MOBIL
(STUDI KASUS REFY CAR WASH BREBES)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

ADITYA PRAMUDYA WARDHANA

NIM 4117086

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA JASA CUCI MOBIL
(STUDI KASUS REFY CAR WASH BREBES)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

ADITYA PRAMUDYA WARDHANA

NIM 4117086

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aditya Pramudya Wardhana
NIM : 4117086
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas
Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian
Konsumen Pada Jasa Cuci Mobil
(Studi Kasus Refy Car Wash Brebes)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini telah dibuat dengan sebenar-benarnya.

Brebes, 29 Februari 2024
Yang Menyatakan,



Aditya Pramudya Wardhana

NOTA PEMBIMBING

Lampiran : 2 (Dua) Eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Aditya Pramudya Wardhana

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara:

Nama : Aditya Pramudya Wardhana
NIM : 4117086
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Refy Car Wash Brebes)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Brebes, 29 Februari 2024
Pembimbing,



Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.Si.
NIP. 19870311 201908 1 001



PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara :

Nama : **Aditya Pramudya Wardhana**
NIM : **4117086**
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Jasa Cuci Mobil (Studi Kasus Refy Car Wash Brebes)**
Dosen Pembimbing : **Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.Si.**

Telah diujikan pada hari 13 tanggal Juni 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Ria Anisatus Sholihah, M.S.A
NIP. 19870630 201801 2 001

Penguji II

Pratomo Cahyo Kurniawan, M.AK.
NIP. 19890708 202012 1 010

Pekalongan, 27 Juni 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001.



MOTTO

“Semakin banyak kebaikan yang kalian tanam, lebih banyak lagi kebahagiaan yang kalian peroleh dikemudian hari”



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan meteril maupun non materil dari berbagai pihak, skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta saya, Bapak Suharto dan Ibu Sri Suyatni. Terimakasih sudah menjadi orang tua yang hebat. Terimakasih atas doa dan *support* yang kalian berikan dan tiada henti-hentinya.
2. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dosen Pembimbing saya, Bapak Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.Si., terimakasih atas waktu, bimbingan, serta arahan yang bapak berikan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
4. Dosen Wali saya, Bapak Dr. Zawawi, M.A., terimakasih atas bimbingan dan arahan yang bapak berikan dalam proses perkuliahan ini.
5. Sahabat saya (Anam, Andri dan Farizky), terimakasih atas dukungan dan *support* yang kalian berikan.
6. Sahabat perkuliahan saya (Fajar, Taqim dan Syadid), terimakasih atas segala bantuan selama masa perkuliahan saya dan *support* yang kalian berikan.

ABSTRAK

ADITYA PRAMUDYA WARDHANA. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Jasa Cuci Mobil (Studi Kasus Refy Car Wash Brebes).

Keputusan pembelian konsumen adalah proses evaluasi yang memunculkan suatu titik temu pada tahap pembelian. Perusahaan harus memberikan kualitas pelayanan yang baik, memenuhi fasilitas yang dibutuhkan konsumen serta menawarkan harga yang sesuai untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Refy Car Wash Brebes.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner) dengan menggunakan sampel sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel dengan metode *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Refy Car Wash Brebes. Kemudian secara simultan kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Refy Car Wash Brebes.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

ADITYA PRAMUDYA WARDHANA. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Jasa Cuci Mobil (Studi Kasus Refy Car Wash Brebes).

Consumer purchasing decisions are an evaluation process that raises a meeting point at the purchase stage. Companies must provide good service quality, meet the facilities needed by consumers and offer appropriate prices to improve consumer purchasing decisions. The purpose of this study is to determine the effect of service quality, facilities and prices on consumer purchasing decisions at Refy Car Wash Brebes.

This research belongs to the type of quantitative research. The data collection method in this study was the questionnaire method using a sample of 96 respondents. Sampling technique by accidental sampling method. This study used multiple linear regression test data analysis method with the help of SPSS 26.

The results of this study show that the quality of service, facilities, and price partially affect purchasing decisions at Refy Car Wash Brebes. Then simultaneously the quality of service, facilities, and price influence and significantly influence the purchase decision at Refy Car Wash Brebes.

Keywords: Service Quality, Facilities, Price and Purchasing Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., Selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Zawawi, M.A., selaku dosen wali yang selalu memberikan nasehat dan motivasi.
6. Seluruh dosen pengampu Ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, semoga ilmu ini akan terus bermanfaat.
7. Kedua orang tua yang selalu mendoakan dan memberikan semangat.
8. Semua pihak yang telah membantu hingga penyusunan skripsi ini selesai.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Brebes, 29 Februari 2024

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
TRANSLITERASI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Grand Theory.....	8
1. Keputusan Pembelian	8
2. Kualitas Pelayanan.....	10
3. Fasilitas	12
4. Harga.....	13
B. Telaah Pustaka.....	15
C. Kerangka Berpikir	20
D. Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	23
B. Setting Penelitian.....	23

C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	23
D. Variabel Penelitian	25
E. Jenis dan Sumber Data	27
F. Metode Pengumpulan Data	27
G. Teknik Analisis Data	27
1. Analisis Deskriptif.....	27
2. Pengujian Validitas dan Reabilitas	28
3. Uji Asumsi Klasik	29
4. Uji Hipotesis	30
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	33
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
1. Deskripsi Objek Penelitian	33
2. Deskripsi Karakteristik Responden	33
B. Analisis Data	35
1. Uji Validitas.....	35
2. Uji Reliabilitas.....	36
3. Uji Asumsi Klasik	36
4. Uji Hipotesis	40
C. Pembahasan	43
BAB V PENUTUP	47
A. Kesimpulan.....	47
B. Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	I
RIWAYAT HIDUP PENULIS	XXI

TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أُو = au	أُو = ū

3. Ta' Marbutah

- a. Ta' Marbutah yang hidup mendapat harakat fathah, dhummah, dan kasrah dilambangkan dengan “t”.
- b. Ta' Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun dilambangkan dengan “h”.

4. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا	ditulis	<i>Rabbana</i>
نَزَّلَ	ditulis	<i>Nazzala</i>

5. Kata Sandang

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>Asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>Ar-rojulu</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>Al-qamar</i>
البيدع	ditulis	<i>Al-badi'</i>

6. Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, harus hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (').

Contoh:

أمرت
شيء

ditulis
ditulis

Umirtu
Syai'un



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	25
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	34
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	34
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas	35
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel 4. 7 Hasil Uji One Sample Kolmogorov-Smirnov	37
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinieritas.....	37
Tabel 4. 9 Hasil Uji Glejser	38
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	39
Tabel 4. 11 Hasil Uji t	41
Tabel 4. 12 Hasil Uji F	42
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	42

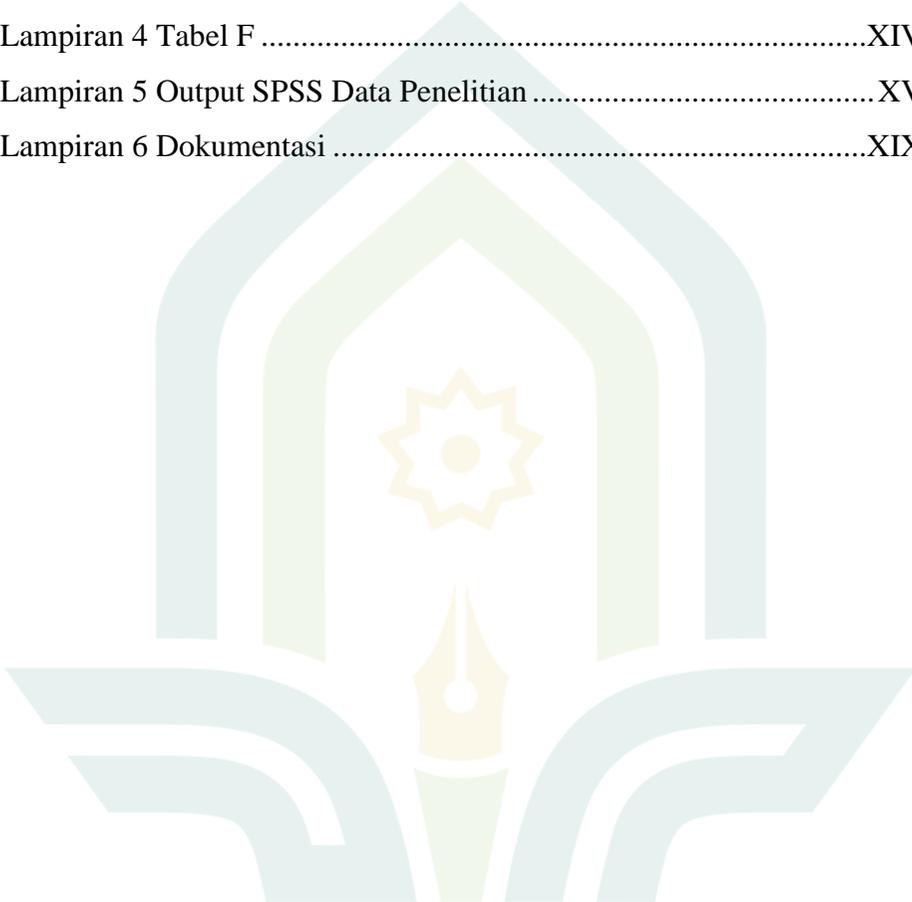
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	20
Gambar 4 1 Hasil Uji Scatterplot	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	I
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian	V
Lampiran 3 Tabel t	XIII
Lampiran 4 Tabel F	XIV
Lampiran 5 Output SPSS Data Penelitian	XV
Lampiran 6 Dokumentasi	XIX



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan sektor otomotif di tanah air untuk sekarang mengalami kemajuan yang begitu cepat salah satunya adalah mobil. Mobil tersebut banyak kita jumpai dimana saja dan kapan saja baik itu model yang terbaru atau keluaran lama. Seperti yang kita tahu selain fokus pada fungsi mobil sebagai mode transportasi, produsen mestinya mempertimbangkan jenis dan bentuk mobil. Hal ini adalah bentuk taktik pemasaran kompetitif dalam menghadapi kompetitornya, dan memungkinkan calon pelanggan untuk memilih *brand*, jenis, dan kualitas pabrikan berdasar kebutuhan dari masyarakat (Arbiansyah, 2022).

Dengan adanya peningkatan kendaraan roda empat dapat memberikan dampak positif bagi jasa pencucian mobil pada tahun ke tahun yang akan datang. Peluang industri jasa cuci mobil terbilang baik karena sebagian di kota-kota besar jasa cuci mobil yang dilengkapi fasilitas lengkap, kualitas pelayanan yang baik dan teruji standarnya konsumen rela antre untuk mencucikan mobilnya. Banyaknya ragam fasilitas yang disediakan oleh penyedia jasa cuci mobil ditujukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan.

Dalam banyak kasus, seringkali menjumpai konsumen yang mengeluhkan kendaraannya yang kurang bersih, tidak sesuai keinginan konsumen merasa kurang nyaman saat menunggu di ruang tunggu, dan tidak jarang mobil pula terdapat luka gores akibat prosedur pencuciannya yang tidak dilakukan dengan baik (Patricia, 2020). Kualitas pelayanan dan fasilitas sangatlah penting dalam industri jasa. Hal tersebut bermanfaat untuk menarik dan mempertahankan konsumen setia.

Pelanggan adalah semua orang yang akan menuntut kita atau perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu dan karena itu akan memberikan pengaruh pada performa perusahaan.

Pelanggan harus mendapatkan pelayanan maksimal, jika terdapat ketidakpuasan pada pelanggan, maka pelanggan dapat beralih ke perusahaan pesaing lainnya (Gaspersz, 2004).

Faktor yang tak kalah penting untuk diperhatikan adalah fasilitas. Keberhasilan dalam menjalankan usaha *steam* motor atau usaha cuci motor adalah penyediaan fasilitas. Fasilitas adalah suatu yang penting dalam bisnis jasa. Oleh karena itu, fasilitas yang ada yaitu kebersihan. (luthfia, 2019). Dengan memberikan fasilitas yang memadai dan terbaik membuat para pelanggan merasa puas terhadap layanan yang diberikan karena pada masa sekarang sangat diperhatikan.

Suatu perusahaan dalam meningkatkan nilai penjualan, tidak hanya memperhatikan kualitas pelayanan dan fasilitas saja tetapi harga juga dapat berpengaruh pada tingkat penjualan. Harga adalah suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa (Huda et al., 2017). Dalam menetapkan harga haruslah adil, maksudnya harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualannya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungannya yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang di bayarkan. Menawarkan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan maka dapat menjadikan daya tarik bagi pengunjung. Semakin ketatnya persaingan bisnis khususnya di jasa cuci, seorang pengusaha diharuskan memiliki strategi bisnis yang tepat. Hal ini dimaksudkan untuk mempertahankan usaha yang dijalankan agar tetap berjalan dengan baik meski banyak pesaing di sekitarnya. Dengan strategi bisnis yang tepat, maka akan menarik minat dan keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa yang di sediakan oleh perusahaan.

Dalam menumbuhkan minat beli dan akhirnya melakukan keputusan untuk menggunakan jasa tidaklah mudah, banyak faktor yang dapat mempengaruhi hal itu. Baik dari faktor internal dalam diri konsumen atau pun pengaruh eksternal yaitu rangsangan yang dilakukan oleh para pebisnis, maka dari itu para pebisnis harus mampu mengidentifikasi perilaku

konsumen agar dapat memenangkan persaingan. Perusahaan jasa cuci mobil maupun motor juga harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan dalam menggunakan jasa adalah kualitas pelayanan. Dalam misi memberikan pelayanan yang baik, dibutuhkan kesungguhan yang mengandung unsur kualitas pelayanan yang dapat diandalkan, kecepatan daya tanggap atau sigap, sopan santun dan keramahan.

Refy Car Wash adalah perusahaan pencucian kendaraan roda empat, alat yang digunakan di refy car wash lengkap. Seperti, alat hidrolis, alat coating detailing, alat salon mobil, dan berbagai spart part mobil. di Desa Jagapura Kabupaten Brebes sudah banyak pesaing bisnis yang sama. Sukses atau tidaknya bisnis ialah untuk memenuhi hati kepuasan pelanggan yang dirasakan pada kualitas pelayanannya, dan juga harga yang diberikan kepada pelanggan. Jika pelayanan, fasilitas dan harga yang di sediakan oleh penyedia jasa baik kepada konsumen sehingga konsumen akan terus meningkat. Apabila pelayanan, fasilitas dan harga yang diberikan kepada konsumen kurang baik dan tidak dilakukan semestinya akan membuat perkembangan perusahaan menurun. Hal semacam ini akan menimbulkan pelanggan merasakan kurang puas dan pelanggan menurun.

Dalam penelitian ini yang ingin dibuktikan oleh peneliti adalah seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap keputusan pembelian pada Refy Car Wash. Selain itu, setelah dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi saran dan masukan untuk meningkatkan daya tarik terhadap konsumen – konsumen mereka. Serta fenomena yang ada di Refy Car Wash adalah dengan menggunakan strategi pemasaran sosial media melalui facebook. di Refy Car Wash juga menyediakan jasa antar jemput melalui whatsapp.

Faktor lain yang mendorong peneliti melakukan penelitian ini adalah masih ditemukan pertanyaan-pertanyaan yang belum terjawab atau masih terdapat kontroversi atau yang lebih dikenal

dengan istilah *research gap*, dalam hal ini berarti ada dua jawaban atau hasil penelitian yang berbeda.

Pada penelitiannya Rendhy Yosua Putra Sinambela (2019), menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan Ahmad Muzzaki (2013), menyatakan bahwa variabel kualitas berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan dari kedua hasil penelitian tersebut mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian masih memberikan hasil yang berbeda. Oleh karena itu, diperlukan adanya penelitian lebih lanjut dengan harapan dapat menjelaskan kembali hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.

Pada penelitian Indra Lutfi Sofyan (2013), menyatakan bahwa variabel Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pada penelitian Isti Faradisa (2016), menyatakan variabel Fasilitas berpengaruh namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan dari kedua hasil penelitian tersebut mengenai pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian masih memberikan hasil yang berbeda. Oleh karena itu, diperlukan adanya penelitian lebih lanjut dengan harapan dapat menjelaskan kembali hubungan antara fasilitas dengan keputusan pembelian.

Pada penelitian Dian Rohmiati (2022), menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pada penelitian Masrulin Dwi Manfi (2021), menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan dari kedua hasil penelitian tersebut mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian masih memberikan hasil yang berbeda. Oleh karena itu, diperlukan adanya penelitian lebih lanjut dengan harapan dapat menjelaskan kembali hubungan antara harga dengan keputusan pembelian.

Berdasarkan pemaparan diatas, dalam menjaga keberlangsungan suatu usaha sangat diperlukan untuk memperhatikan kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga sehingga nantinya. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan

penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS REFY CAR WASH BREBES)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang, maka penelitian ini merumuskan masalah untuk diteliti sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen?
4. Apakah kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Menganalisis pengaruh fasilitas terhadap minat keputusan pembelian konsumen
3. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen.
4. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan seperti:

- a. Manfaat Teoritis
 1. Menjadi acuan penelitian berikutnya oleh peneliti secara umum, dan untuk memperkaya referensi akademisi oleh keluarga besar UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
 2. Mampu menggambarkan informasi tentang pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Refy Car Wash.

- b. Manfaat Praktis
 1. Dapat dijadikan sebagai dasar untuk masyarakat pelaku usaha terkait pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga dalam menjalankan usaha.
 2. Dapat dijadikan sebagai acuan untuk usaha jasa cuci mobil secara umum dan Refy Car Wash secara khusus untuk mengevaluasi usahanya, apakah sudah menerapkan kualitas yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen.

E. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan, akan dituangkan oleh penulis dalam beberapa urutan diantaranya:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pertama memuat Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada BAB II akan dijelaskan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Refy Car Wash Brebes) serta penelitian terdahulu yang relevan terhadap penelitian yang dibahas.

BAB III : METODE PENELITIAN

Mencakup jenis dan pendekatan penelitian, setting lokasi penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Mencakup tentang gambaran lokasi penelitian, praktik penelitian dan analisis pembahasan penelitian.

BAB V : PENUTUP

Mencakup kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang berhubungan dengan penelitian yang serupa pada masa yang akan datang



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian maka, H_{a1} diterima.
2. Fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, maka H_{a2} diterima.
3. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, maka H_{a3} diterima.
4. Kualitas pelayanan, Fasilitas, dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, maka H_{a4} diterima.

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan diantara kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga adalah variabel fasilitas. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung 3,424. Sedangkan variabel kualitas pelayanan dengan nilai t hitung sebesar 2,977 dan variabel harga dengan nilai t hitung sebesar 2,885.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang dapat memberikan manfaat kepada pihak terkait atas hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel independen masih terbatas karena hanya menjelaskan variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga saja. Sehingga memungkinkan masih adanya variabel lain atau faktor lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen.
2. Bagi pihak Refy Car Wash Brebes diharapkan mampu mempertahankan dan mengembangkan lebih lagi terhadap pelayanan, fasilitas, dan harga yang diharapkan konsumen.

Antara ketiganya agar memenuhi keseimbangan sehingga diharapkan konsumen selalu merasa puas dan meningkatkan keputusan pembelian di Refy Car Wash Brebes.

3. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan atau menambah variabel yang belum ada pada penelitian ini agar lebih bervariasi.



DAFTAR PUSTAKA

- Amin Syukron. (2014). Pengantar Manajemen Industri. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction, and behaviour intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785–804.
- Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung . (2003). Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik, Jakarta: Gema Insani Inpress.
- Fandy Tjiptono. (2008). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset. Hal 95
- Fandy Tjiptono. (2001). Manajemen Jasa, Yogyakarta: Andi Offset.
- Firdaus. (2020). Pengaruh persepsi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Private Label Indomaret (Studi Pada Konsumen Indomaret Di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi), *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, Volume 9 Nomer 1.
- Gaspersz, V. (2004). *Production Planning and Inventory Control*. Gramedia.
- Hendri Zulfikar Hadju dan Sonang Sitohang. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi PT.Pelni Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 9 Nomer 8.
- Ihza Arbiansyah. (2022). *Service Quality and Price On Customer Satisfaction Car Wash Sampit*. E-Jurnal, Volume 3 Nomer 1, Hal 193-204.
- Indra Lutfi Sofyan, Ari Pradhanawati, dan Hari Susanta Nugraha. (2013). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Star Clean Car Wash Semarang. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*. <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/>

- Kurniawan Gilang Widagdyo. (2017). Pemasaran Daya Tarik Ekowisatawan dan Minat Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol 7, No 2.
- Lalu Sumayang. (2003). *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Luthfia Maydiana. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Cuci Motor Mandiri. *Volume 7 Nomer 2*.
- Mahmud Junus. (1990). *Tarjamah Al-Qur'an Al-Karim*, Bandung: Al-Ma'arif.
- Mailiza Damayanti dan Augusty Tae Ferdinand. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Pada Objek Wisata Pemandian Air Panas Guci Di Kabupaten Tegal, *Dipenogoro Journal Of Management*, Vol. 4, No. 4
- Masrulin Dwi Manfi. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pencucian Mobil Si Galuh Samarinda. *E-jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 9 Nomer 2, Hal 143-152.
- Nicklouse Christian Lempoy, Silvya L. Mandey, dan Sjendry S.R. Loindong. (2015). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder. *Vol.3 No. 1*.
- Nurita Fitra Faradila. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan Oryza Gym Semarang). Semarang: Universitas Dipenogoro Semarang.
- Philip Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Indeks.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

- Prita Patricia, Luvian Krisantono, Stephen Junadi Darmawan, dan Strisno Salim. (2020). Pengaruh *Service Quality* Pada Jasa Cuci Mobil DKI Jakarta. E-Jurnal, Volume 14 Nomer 2, Hal 146-154.
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih. (2008). Manajemen Pelayanan, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rambat Lupiyoadi. (2013). Manajemen Pemasaran jasa, Berbasis Kompetensi. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). Perilaku Konsumen (Ketujuh). PT. Indeks.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. PT Alfabet.
- Sabilus Uhai, Eman Sukmana, Rini Koen Iswandari, Novita Indriani, I Wayan Sudarmayasa, dan Chindy Ardhalita Febriyanty. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayan dan Fasilitas Kawa *Coffee Point* Tenggara Terhadap Minat Pelanggan Untuk Berkunjung. Jurnal, Vol. 26 No. 1.
- Ujang Sumarwan. (2008). Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran . Jakarta: PT. Gramedia Utama.
- William J. Stanton. (1984). Prinsip Pemasaran . Terjemahan Yohanes Lamarto, Edisi 7, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
PERPUSTAKAAN

Jalan Pahlawan Km. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.perpustakaan.uingusdur.ac.id email: perpustakaan@uingusdur.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ADITYA PRAMUDYA WARDHANA
NIM : 4117086
Jurusan/Prodi : EKONOMI SYARIAH
E-mail address : Adityawardhana755@gmail.com
No. Hp : 0895363987071

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA JASA
CUCI MOBIL (STUDI KASUS REFY CAR WASH BREBES)**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 18 Juli 2024



ADITYA PRAMUDYA WARDHANA

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam file softcopy /CD