



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN ALAT-ALAT RUMAH TANGGA PADA
CV DANIS BARNIK DI PORIS CIPONDOH
KOTA TANGERANG**

Murni Rosliana Wati¹, Ratih Andalusi, S.S.i., M.M²
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang
Email: murnirslna23@gmail.com¹, dosen0184@unpam.ac.id²

ABSTRACT

Purpose. *This study aims to determine the effect of service quality and price partially or simultaneously on customer satisfaction at CV. Danis Barnik.*

Methods. *The research method used in this research is quantitative method. The sampling technique used the slovin formula and obtained a sample of 93 respondents.*

Results. *This research proves that service quality and price simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction at CV. Danis Barnik.*

Implications. *Service quality and price influence customer satisfaction, so the implication of this research is that increasing customer satisfaction can be done by companies responding more quickly to customers and providing special price offers.*

Keywords. *Service quality; Price; Customer satisfaction*

ABSTRAK

Tujuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Danis Barnik.

Metode. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dan diperoleh sampel sebanyak 93 responden.

Hasil. Penelitian ini membuktikan Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Danis Barnik.

Implikasi. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, maka implikasi penelitian ini adalah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara perusahaan lebih cepat memberikan respon pada pelanggan dan memberikan penawaran harga spesial.

Kata Kunci. Kualitas Pelayanan; Harga; Kepuasan Pelanggan

1. Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan perekonomian dan peningkatan kebutuhan masyarakat akan peralatan rumah tangga, persaingan dalam pasar perabot rumah tangga semakin ketat. Peralatan rumah tangga, yang meliputi berbagai barang yang mempermudah kegiatan sehari-hari seperti memasak, membersihkan, dan menyimpan makanan, dibagi menjadi tiga kategori utama: perabot kecil (seperti blender dan juicer), perabot besar (seperti mesin cuci dan lemari es), dan perabot untuk hiburan dan informasi (seperti televisi dan komputer). Perabot rumah tangga penting untuk kehidupan sehari-hari karena membantu mempermudah berbagai aktivitas rumah tangga.

Kualitas Pelayanan merupakan kegiatan atau tindakan yang tidak berwujud namun bisa ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain namun tidak serta mempengaruhi kepemilikan pada suatu hal yang relevan pada produk materi ataupun tidak.

Tabel 1
Hasil Kuesioner Pra-Survey Mengenai Kualitas Pelayanan Di CV. Danis Barnik
Periode Januari 2022-Oktober 2023

| No | Indikator | Pernyataan | Responden | Jawaban | | | | Dalam Target (%) |
|----|-------------------------------|--|-----------|---------|-------|-------|-------|------------------|
| | | | | Ya | | Tidak | | |
| | | | | Jml | % | Jml | % | |
| 1. | Responsiveness (Daya Tanggap) | Melayani pengiriman dengan cepat dari toko grosir ke pelanggan. | 30 | 13 | 43,3% | 17 | 56,7% | 100% |
| 2. | Reliability (Keandalan) | Konsisten dalam pelayanan seperti menangani pertanyaan, keluhan atau masalah yang dialami oleh pelanggan. | 30 | 18 | 60% | 12 | 40% | 100% |
| 3. | Empathy (Empati) | Memahami pelanggan dengan cara yang lebih pribadi, misalnya dengan mengingat nama dan informasi penting tentang pelanggan. | 30 | 17 | 56,7% | 13 | 43,3% | 100% |
| 4. | Tangible (Berwujud) | Ada cukup tempat untuk parkir bagi para pelanggan. | 30 | 17 | 56,7% | 13 | 43,3% | 100% |
| 5. | Assurance (Jaminan) | Menyelesaikan keluhan atau masalah pelanggan dengan cara yang cepat dan tetap. | 30 | 15 | 50% | 15 | 50% | 100% |

Sumber: CV. Danis Barnik (Januari 2022 – Desember 2023)

Berdasarkan tabel di atas, pada bulan Januari 2022 hingga Desember 2023 masih ada pelanggan yang tidak puas dengan pelayanan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus cepat tanggap terhadap keluhan para pelanggan. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang dituker Konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut.

Tabel 2
Daftar Harga Jual Produk Pada CV. Danis Barnik, Toko Tiga Saudara dan Fafi Perabot

Periode Januari 2022 - Desember 2023

| No | Nama Produk | Harga Pada CV. Danis Barnik | Harga Pada Toko Tiga Saudara | Harga pada Fafi Perabot |
|----|------------------------|-----------------------------|------------------------------|-------------------------|
| 1 | Wajan stainless | Rp. 70.000 | Rp. 60.000 | Rp. 50.000 |
| 2 | Cetakan pastel | Rp. 15.000 | Rp. 13.000 | Rp. 15.000 |
| 3 | Setrika | Rp. 150.000 | Rp. 135.000 | Rp. 110.000 |
| 4 | Pan cake | Rp. 195.000 | Rp. 250.000 | Rp. 150.000 |
| 5 | Teflon anti lengket | Rp. 155.000 | Rp. 120.000 | Rp. 180.000 |
| 6 | Pel lantai | Rp. 17.000 | Rp. 15.000 | Rp. 15.000 |
| 7 | Teko listrik | Rp. 50.000 | Rp. 55.000 | Rp. 55.000 |
| 8 | Termos nasi | Rp. 85.000 | Rp. 80.000 | Rp. 75.000 |
| 9 | Panci presto stainless | Rp. 95.000 | Rp. 100.000 | Rp. 85.000 |
| 10 | Toples plastic | Rp. 55.000 | Rp. 40.000 | Rp. 50.000 |

Sumber: CV. Danis Barnik dan Toko Perabot Rumah Ibu Redina dan Fafi Perabot (periode Januari 2022 - Desember 2023)

Berdasarkan tabel di atas terdapat 10 produk yang dimiliki perusahaan, terdapat perbedaan harga pada CV. Danis Barnik pada beberapa produk yang lebih tinggi dari pesaingnya yaitu Toko Perabot Rumah Ibu Redina dan Fafi Perabot. Dengan adanya perbedaan harga akan menentukan kualitas produk tersebut.

2. Kajian Pustaka dan Hipotesis

Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2014:268), "Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta penetapan penyampainya untuk mengimbangi harapan konsumen". Menurut Kotler dan Armstrong (2014:18), "Kualitas Pelayanan merupakan kegiatan atau tindakan yang tidak berwujud namun bisa ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain namun tidak serta mempengaruhi kepemilikan pada suatu hal yang relevan pada produk materi ataupun tidak". Hal tersebut menjadi salah satu pertimbangan konsumen karena semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan menjadi penilaian yang baik pula.

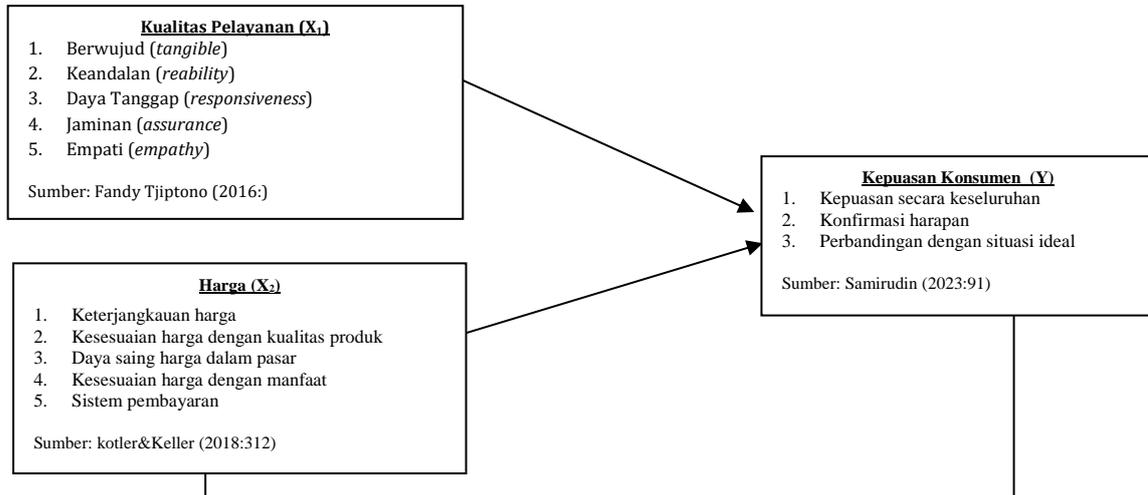
Harga

Menurut Kurniawati & Mohklas (2018) harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh pelanggan sebagai alat ganti atau tukar untuk mendapatkan sejumlah barang atau manfaat serta pelayanan dari produk atau jasa yang akan didapat oleh pelanggan tersebut. Sedangkan menurut Menurut Saladin (2003:94) dalam Ade Syarif Maulana (2016:119), "Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa". Harga mempengaruhi citra dan strategi *positioning*. Dalam pemasaran produk prestisius yang lebih mengutamakan citra kualitas dan eksklusifitas harga menjadi unsur penting. Konsumen cenderung mengasosiasikan harga dengan tingkat kualitas produk harga yang mahal di persepsikan mencerminkan kualitas yang tinggi dan sebaliknya, karena itu tidak mengherankan jika harga dari suatu produk spesial sangatlah mahal harganya.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Qomariah (2016), "Kepuasan konsumen merupakan perasaan atas jasa yang telah diterimanya". Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat sangat puas. Apabila perusahaan

memfokuskan pada kepuasan tinggi maka para konsumen yang kepuasannya hanya akan mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Sedangkan konsumen yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan atau preferensi rasional dan hasilnya adalah kesetiaan konsumen yang tinggi.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018:64), hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah karena sifatnya sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empirik yang terkumpul.

- H01: $\rho_1 = 0$ Tidak terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Danis Barnik.
- Ha1 : $\rho_1 \neq 0$ Terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Danis Barnik.
- H02 : $\rho_2 = 0$ Tidak terdapat pengaruh signifikan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Danis Barnik.
- Ha2 : $\rho_2 \neq 0$ Terdapat pengaruh signifikan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Danis Barnik.
- H03 : $\rho_3 = 0$ Tidak terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Danis Barnik.
- Ha3 : $\rho_3 \neq 0$ Terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Danis Barnik.

3. Metode Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. 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 (Sugiyono, 2019:8). Variabel bebas (*independent*) yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: kualitas pelayanan (X₁), dan harga (X₂). Sedangkan variabel terikat (*dependent*) yang digunakan adalah kepuasan pelanggan (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan CV. Danis Barnik yang berjumlah 1.421 pelanggan (diambil berdasarkan jumlah pelanggan bulan Januari 2022 - Desember 2023), teknik sampel yang digunakan yaitu ditentukan dengan rumus Slovin dan didapatkan 93 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuesioner. Salah satu skala yang umum dipakai dalam penyusunan kuesioner adalah Skala *Likert*, yaitu skala yang berisi lima tingkat jawaban yang disusun dalam bentuk suatu pernyataan dan diikuti oleh lima respon yang menunjukkan tingkatan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Linier Berganda. Teknik analisis ini digunakan karena berdasarkan paradigma yang diduga tidak ada keterkaitan atau korelasi antar variabel bebas. Sebelum data diolah ke analisis regresi linier berganda, terlebih dahulu diuji dengan pengujian asumsi klasik, karena syarat untuk analisis regresi linier berganda adalah bebas dari asumsi-asumsi klasik. Regresi linier berganda digunakan untuk memproyeksikan pengaruh dan hubungan terhadap variabel Y.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji Validitas

Tabel 3
Hasil Uji Validitas

| No | Pernyataan | R hitung | R tabel | Keterangan |
|--------------------|---------------------|----------|---------|------------|
| Kualitas Pelayanan | | | | |
| 1 | Butir Pernyataan 1 | 0,629 | 0,203 | Valid |
| 2 | Butir Pernyataan 2 | 0,570 | 0,203 | Valid |
| 3 | Butir Pernyataan 3 | 0,538 | 0,203 | Valid |
| 4 | Butir Pernyataan 4 | 0,580 | 0,203 | Valid |
| 5 | Butir Pernyataan 5 | 0,507 | 0,203 | Valid |
| 6 | Butir Pernyataan 6 | 0,502 | 0,203 | Valid |
| 7 | Butir Pernyataan 7 | 0,500 | 0,203 | Valid |
| 8 | Butir Pernyataan 8 | 0,614 | 0,203 | Valid |
| 9 | Butir Pernyataan 9 | 0,505 | 0,203 | Valid |
| 10 | Butir Pernyataan 10 | 0,519 | 0,203 | Valid |
| Harga | | | | |
| 1 | Butir Pernyataan 1 | 0,524 | 0,203 | Valid |
| 2 | Butir Pernyataan 2 | 0,547 | 0,203 | Valid |
| 3 | Butir Pernyataan 3 | 0,469 | 0,203 | Valid |
| 4 | Butir Pernyataan 4 | 0,623 | 0,203 | Valid |
| 5 | Butir Pernyataan 5 | 0,631 | 0,203 | Valid |
| 6 | Butir Pernyataan 6 | 0,544 | 0,203 | Valid |
| 7 | Butir Pernyataan 7 | 0,514 | 0,203 | Valid |
| 8 | Butir Pernyataan 8 | 0,632 | 0,203 | Valid |
| Kepuasan Pelanggan | | | | |
| 1 | Butir Pernyataan 1 | 0,551 | 0,203 | Valid |
| 2 | Butir Pernyataan 2 | 0,630 | 0,203 | Valid |
| 3 | Butir Pernyataan 3 | 0,278 | 0,203 | Valid |
| 4 | Butir Pernyataan 4 | 0,471 | 0,203 | Valid |
| 5 | Butir Pernyataan 5 | 0,519 | 0,203 | Valid |
| 6 | Butir Pernyataan 6 | 0,608 | 0,203 | Valid |
| 7 | Butir Pernyataan 7 | 0,441 | 0,203 | Valid |
| 8 | Butir Pernyataan 8 | 0,446 | 0,203 | Valid |
| 9 | Butir Pernyataan 9 | 0,477 | 0,203 | Valid |
| 10 | Butir Pernyataan 10 | 0,554 | 0,203 | Valid |

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan data tabel di atas, dapat dilihat bahwa dari 28 butir pernyataan dinyatakan valid, hal ini dibuktikan dengan semua item-item pernyataan memiliki nilai r hitung $>$ r tabel 0,203 Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Standar Alpha | Keputusan |
|-------------------------|------------------|---------------|-----------|
| Kualitas Pelayanan (X1) | 0,729 | 0,60 | Reliabel |
| Harga (X2) | 0,685 | 0,60 | Reliabel |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | 0,684 | 0,60 | Reliabel |

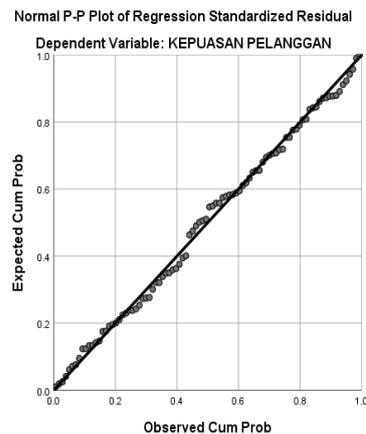
Sumber : Data diolah (2024)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, menunjukkan bahwa Ketiga variabel tersebut memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 yang berarti reliabel atau memenuhi persyaratan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Untuk mengetahui bentuk distribusi data, bisa dilakukan dengan grafik distribusi dan analisis statistik.



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, tahun 2024

Gambar 2. Uji Normalitas P-P Plot

Seperti terlihat gambar di atas, grafik *plot probabilitas* normal dari sebaran data membentang sepanjang garis diagonal yang sudah ada. Oleh karena itu, asumsi normalitas dapat dikatakan terpenuhi oleh model regresi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5
Hasil Pengujian Multikolinearitas

| Coefficients ^a | | | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|---|------|-------------------------|-----|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|---|--------------------|-------|-------|------|-------|------|------|-------|
| 1 | (Constant) | 6,418 | 2,337 | | 2,746 | ,007 | | |
| | Kualitas Pelayanan | ,557 | ,091 | ,622 | 6,124 | ,000 | ,379 | 2,639 |
| | Harga | ,265 | ,123 | ,219 | 2,153 | ,034 | ,379 | 2,639 |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan | | | | | | | | |

Sumber: data output yang diolah, 2024

Dari tabel di atas dapat diketahui kedua variabel memiliki nilai VIF $2,639 < 10$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 6
Hasil Uji Autokorelasi

| Model Summary ^b | | | | | |
|-----------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | ,805 ^a | ,648 | ,641 | 2,787 | 1,995 |
| a. Predictors: (Constant), X2, X1 | | | | | |
| b. Dependent Variable: Y | | | | | |

Sumber: *Data yang diolah SPSS 26 (2024)*

Nilai *Durbin-Watson* 1,995 terdapat pada interval 1,55 hingga 2,46 seperti terlihat pada tabel di atas menunjukkan tidak adanya autokorelasi dalam model regresi ini. Karena kesalahan spesifikasi, seperti mengabaikan variabel penting atau menggunakan bentuk fungsi yang salah, adalah penyebab utama autokorelasi.

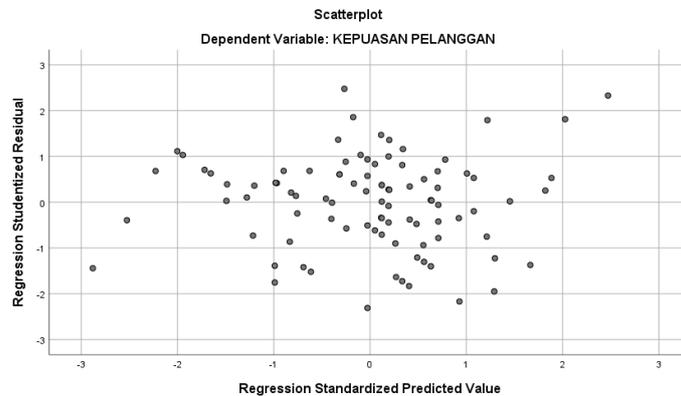
Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7
Hasil Uji Glesjer

| Coefficients ^a | | | | | | |
|--------------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | -,845 | ,336 | | -,632 | ,529 |
| | Kualitas Pelayanan | -,083 | ,052 | -,261 | -1,598 | ,113 |
| | Harga | ,199 | ,070 | ,462 | 2,831 | ,006 |
| a. Dependent Variable: Abs_RES | | | | | | |

Sumber: *Data yang diolah SPSS 26 (2024)*

Kualitas Pelayanan (X1) mempunyai nilai signifikansi probabilitas (Sig.) 0,113, sedangkan variabel Harga (X2) mempunyai nilai signifikansi probabilitas (Sig.) 0,006 yang keduanya terlihat pada tabel di atas uji glesjer hasil. Lebih besar dari 0,05. Maknanya, karena tidak terdapat gangguan heteroskedastisitas, maka model regresi dapat digunakan untuk meneliti data.



Sumber: data output yang diolah, 2024

Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar di atas menunjukkan bahwa titik-titik tersebut tersebar secara acak dan tidak membentuk pola yang teratur. Dengan demikian, dapat dikatakan permasalahan heteroskedastisitas penelitian ini tidak bermasalah.

Regresi Linier Berganda

Tabel 8
Hasil Pengujian Regresi Berganda
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 6,418 | 2,337 | | 2,746 | ,007 |
| | Kualitas Pelayanan | ,557 | ,091 | ,622 | 6,124 | ,000 |
| | Harga | ,265 | ,123 | ,219 | 2,153 | ,034 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data diolah (2024)

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 6,418 + 0,557X_1 + 0,265X_2$ Adapun interpretasi dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai Konstanta 6,418 menyatakan Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) tetap (tidak mengalami perubahan) maka nilai konsistensi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 6,418 point.
- Nilai regresi Kualitas Pelayanan 0,557 menyatakan jika Kualitas Pelayanan (X_1) bertambah, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,557 point, dengan asumsi tidak ada penambahan (konstan) nilai Harga (X_2).
- Nilai regresi Harga 0,265 menyatakan jika harga (X_2) bertambah, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,265 point, dengan asumsi tidak ada penambahan (konstan) nilai Kualitas Pelayanan (X_1).

Uji Koefisien Korelasi

Tabel 9
Hasil Koefisien Korelasi Secara Simultan Antara Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

| Model Summary | | | |
|---------------|---|----------|-------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square |
| | | | |

| | | | | Std. Error of the Estimate |
|--|-------------------|------|------|----------------------------|
| 1 | ,805 ^a | ,648 | ,641 | 2,787 |
| a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan | | | | |

Sumber: *Data yang diolah SPSS 26 (2024)*

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.24 diatas, diperoleh nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,805 artinya variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2), memiliki tingkat pengaruh atau hubungan yang kuat terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) berdasarkan pada nilai interval koefisien korelasi berada pada skala 0,800 – 1,000.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 10
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi
Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,805 ^a | ,648 | ,641 | 2,787 |

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data diolah (2024)

Nilai R Square menghasilkan nilai 0.648. berdasarkan pengujian di atas menunjukkan variabel Kepuasan Pelanggan dipengaruhi variabel Kualitas Pelayanan dan harga secara bersama-sama sebesar 64,8% Sedangkan sisanya 35,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji T Parsial

Tabel 11
Hasil Uji T Variabel Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 8,882 | 2,078 | | 4,275 | ,000 |
| | X1 | ,711 | ,057 | ,794 | 12,458 | ,000 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber: *Data yang diolah SPSS 26 (2024)*

Nilai t hitung lebih besar dari t tabel atau (12,458 > 1,661) memperkuat dalam nilai Sig. 0,05 atau (0,000 < 0,05) pada hasil pengujian tabel 4.28 di atas. Hasilnya H0 ditolak dan H1 diterima, karena adanya hubungan yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) pada Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 12
Hasil Uji T Variabel Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--|--|--|--|--|--|
|---------------------------|--|--|--|--|--|--|

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 8,499 | 2,737 | | 3,105 | ,003 |
| | X2 | ,859 | ,090 | ,709 | 9,578 | ,000 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data yang diolah SPSS 26 (2024)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel 4.29 diatas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (9,578 > 1,661) hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < Sig.0,05 atau (0,000 < 0,05). Maka H0 ditolak dan H2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada CV. Danis Barnik.

Uji F Simultan

Tabel 13
Hasil Uji F
ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 1290,022 | 2 | 645,011 | 83,022 | ,000 ^b |
| Residual | 699,225 | 90 | 7,769 | | |
| Total | 1989,247 | 92 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Sumber : Data diolah (2024)

Nilai F hitung lebih besar daripada F tabel atau (83,022 > 3,10) diperoleh dari pengujian pada tabel 4.30. Nilai Sig. 0,05 atau (0,000 < 0,05), maka H0 ditolak dan Ha3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Danis Barnik.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Nilai persamaan regresi $Y = 8,882 + 0,711X_1$. Nilai koefisien determinasi sebesar 63%. Uji hipotesis diperoleh hasil thitung > ttabel (12,458 > 1,661) serta memiliki nilai sig < 0,05 (0,000 < 0,05), artinya Ha1 diterima dengan kata lain bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Harg a (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Nilai persamaan regresi $Y = 8,499 + 0,859X_2$. Nilai koefisien determinasi sebesar 50,2%. Uji hipotesis diperoleh hasil thitung > ttabel (9,578 > 1,661) serta memiliki nilai sig < 0,05 (0,000 < 0,05), artinya Ha2 diterima hal ini menyatakan bahwa harga berpengaruh besar terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil secara simultan diperoleh persamaan regresi $Y = 9,418 + 0,557X_1 + 0,265X_2$, nilai koefisien kolerasi atau tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,709 artinya memiliki hubungan yang kuat, nilai koefisien determinasi 0,648 atau kontribusi pengaruhnya secara simultan sebesar 64,8% sedangkan sisanya sebesar 35,2% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh Hasil Fhitung > Ftabel (83,022 > 3,10) serta memiliki nilai sig < 0,05 (0,000 < 0,05), artinya Ha3 diterima dan Ho3 ditolak.

5. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang

Berdasarkan pada pengamatan langsung peneliti dalam proses ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang yaitu masih banyak factor lain yang bisa menjadi variable dalam penelitian, dan sampel yang digunakan oleh peneliti hanya 93 responden, sehingga mungkin kurang mewakili kondisi sebenarnya. Diharapkan peneliti selanjutnya menggunakan Langkah yang lebih komprehensif, seperti menambahkan metode lain untuk mendapatkan data.

6. Kesimpulan

Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Danis Barnik. Dimana diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($12,458 > 1,661$) dan signifikan $<$ $0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan nilai korelasi variabel kualitas peayanan sebesar $0,749$ masuk dalam interpretasi $0,600 - 0,799$ dengan tingkat hubungan yang kuat. Dan dibuktikan juga dengan hasil koefisien determinasi R Square $0,630$ artinya kualitas pelayanan memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan 63% sedangkan sisanya 37% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Terdapat pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Danis Barnik Dimana diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($9,578 > 1,661$) dan signifikansi $<$ $0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan nilai korelasi variabel harga sebesar $0,709$ masuk dalam interpretasi $0,600 - 0,799$ dengan tingkat hubungan yang kuat. Dan dibuktikan juga dengan hasil koefisien determinasi R Square $0,502$ artinya harga memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan $50,2\%$ sedangkan sisanya $49,8\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Danis Barnik. Dimana diperoleh nilai F hitung $>$ F tabel atau ($83,022 > 3,10$) dan signifikansi $<$ $0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Adapun nilai korelasi variabel kualitas pelayanan dan harga sebesar $0,805$ masuk dalam interpretasi $0,80 - 1,00$ artinya bahwa tingkat ikatan antara kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan memiliki tingkat korelasi yang sangat kuat. dan dibuktikan juga dengan hasil koefisien determinasi R square $0,648$ artinya kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan sebesar $64,8\%$ sementara sisanya $35,2\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Daftar Pustaka

Sumber: Buku

- Adhari, Iendy Zelviean. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Algifari. 2019. *Mengukur Kualitas Layanan Dengan Indeks Kepuasan: Metode Importance Performance Analysis dan Model Kano*. Yogyakarta: BPFE.
- Andi, Supangat. (2018). *Statistik Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, dan. Nonparametrik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Arikunto. (2015). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- _____. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Hendrayani, Eka et. all. 2021. *Manajemen Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.

- Fandy, Tjiptono. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fandy, Tjiptono, dan Anastasia Diana. (2015). *Pelanggan Puas? Tak Cukup!*. Edisi 1. Yogyakarta: ANDI.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Gary Armstrong. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sebran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1 & 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke Tigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nana, Sudjana. (2018). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Saladin, Djaslim. (2016). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Pelaksanaan, Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: CV. Linda Karya.
- Santoso, Singgih. (2019). *Menguasai Statistik dengan SPSS 25*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- _____. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprihanto, John. 2014. *Manajemen*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Tri Yuniningsih. (2022). *Dasar-Dasar Manajemen (Suatu Pengantar)*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.

Sumber: Jurnal

- Ade Syarif Maulana. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Toi*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul Jakarta. Volume 7. Nomor 2, Hlm.117.
- Amalia, A. F., & Pasaribu, V. L. D. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Pasien Klinik Jakarta Dental Project*. Syntax Literate. Jurnal Ilmiah Indonesia. 7 (9) 13703-13726.
- Anggriana Rina., Nurul Qomariah., & Budi Santoso. (2016). *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan jasa ojek online, Studi pada om-jek di Kota Jember*. Jurnal Bisnis Manajemen dan Bisnis Indonesia. Vol.7. No. 2.
- Angraeni, Baharuddin, & Mattalatta. (2019). *Jurnal Mirai Management Jurnal Mirai Management*. Jurnal Valid Mirai Management. 4 (2), 122-136.
- Ariyanto, A., Ivantan, I., & Purwanti, P. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan Pemakai Paket Data Internet Indosat Ooredoo (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen S-1 Universitas Pamulang)*. Ekonomis: Journal of Economics and Business. 6 (2), 668-678.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen*. EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis. 1(01), 1-14.
- Evi Laili Kumrotin, Ari Susanti. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko We Cok Di Solo*. Vol 6. No. 1, Juni 2021, E ISSN2797 - 3948/P ISSN 2503-4367.
- Gofur, A. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan*. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT. 4(1), 37-44.
- Handoko, B. (2017). *Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan*. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis. 18 (1), 61-72.
- Harfika, Dan Abdullah. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya*. Balance. Xiv (1), 44-56.
- Haryoko, U. B., & Hapid, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Abadi Jaya Motor Bogor*. Jurnal Ilmiah Feasible. Vol 1. No. 2 page 148-159.



- Kencana, P. N., & Kasdiyo, K. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Service di Dealer Honda Wahana Ciputat*. Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi. 4 (1), 26-37.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). *Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen cafe kabalu*. Jurnal Ilmiah Bina Manajemen. 3 (2), 134-146.
- Putranto, T. A. W. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen. Studi Kasus pada Konsumen PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasional VI Yogyakarta*.
- Ratnasari, A. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Salon Cantik)*. Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang, 4 (1), 3-26.
- Sasongko, S. R. (2021). *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan. 3 (1), 104-114.
- William, W., & Purba, T. (2020). *Kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel mazda di kota batam*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. 8 (1).
- Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). *Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA). 2 (1), 106-128.