Jurnal ELASTISITAS
Vol.1, No.1 Bulan Oktober 2024
P-ISSN XXXX–XXXX; E-ISSN XXXX-XXXX

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA EZY LAUNDRY DI WILAYAH TANGERANG SELATAN

Yuli Puspita Dewi[1], Irmal[2]
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang
Email: yuliyulped@gmail.com[1], dosen01047@unpam.id[2]

ABSTRACT

Purpose. *This study aims to determine the influence of Service Quality and Price variables on Consumer Satisfaction.*
Methods. *The research method used in this study is descriptive with a quantitative approach. The sampling technique applied is Slovin's formula, with a sample size of 94 consumers. Data collection was conducted by distributing questionnaires. The data analysis technique used is multiple linear regression.*
Results. *This study demonstrates that there is a positive influence of service quality and price variables on consumer satisfaction, both partially and simultaneously, with a contribution of 72.6%.*
Implication. *Service quality and price influence consumer satisfaction, so the implication of this research is that increasing consumer satisfaction can be done by improving service starting from dressing neatly, as well as re-evaluating the prices determined.*
Keywords: Service Quality; Price; Consumer Satisfaction

ABSTRAK

Tujuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Harga terhadap Kepuasan Konsumen.
Metode. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah sampel slovin. Sampel penilitian ini adalah 94 konsumen dengan teknik pengambilan data dan menyebarkan angket kusioner. Teknik analis data menggunakan regresi linier berganda.
Hasil. Penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara variabel kepuasan konsumen dan harga terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial dan secara simultan dengan kontribusi pengaruh sebesar 72,6%.
Implikasi. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen maka implikasi penelitian ini adalah untuk meningkatan kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara meningkatkan layanan mulai dari berpakaian rapi, juga mengevaluasi Kembali harga yang ditentukan.
Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Harga; Kepuasan Konsumen.

1. Pendahuluan

Di era modern ini, perkembangan dunia bisnis yang sangat pesat telah berdampak pada semakin banyaknya unit usaha baru yang di rilis salah satunya dibidang jasa yaitu usaha laundry, industri laundry mengalami perubahan yang signifikan. Perubahan gaya hidup, mobilitas internasional, dan meningkatnya kesadaran akan kebersihan mendorong pertumbuhan bisnis laundry global. Perubahan gaya hidup modern, khususnya di kalangan perkotaan dan profesional, telah memberikan dorongan bagi tumbuhnya industri laundry global.

Kualitas layanan bukan hanya tentang memberikan produk atau layanan yang memenuhi harapan, tetapi juga tentang keseluruhan pengalaman interaksi konsumen dengan suatu bisnis.

Tabel 1
Data Pra-Survei Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	Jawaban Responden				Jumlah
		Ya		Tidak		
1	Karyawan Ezy laundry ramah dalam melayani konsumen	15	50%	15	50%	30
2	Karyawan Ezy laundry bersikap ramah dan perhatian khusunya pada konsumen	10	33%	20	67%	30
3	Ezy laundry memberikan pelayanan baik sesuai standar konsumen	13	43%	17	57%	30
4	Ezy laundry memberikan informasi kepada konsumen dengan jelas	11	37%	19	63%	30
5	Ezy laundry selalu siap merespon konsumen dengan cepat	15	50%	15	50%	30

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Bisa dapat disimpulkan, hasil dari pra survei banyak konsumen yang merasa bahwa Ezy laundry tidak ramah dalam melayani konsumen hal ini dilihat dari prentase 67%, dengan begini karwyawan Ezy harus meningkatan kinerja dalam berintraksi dan komunikasi bersama konsumen.

Adapun dari segi harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, memnentukan strategi penetapan harga suatu perusahaan sangat penting untuk mengukur daya saingnya. Harga bukan hanya sekedar faktor transaksional, tetapi juga mempunyai pengaruh yang siginfikan terhadap persepsi konsumen terhadap nilai suatu produk atau jasa.

Tabel 2
Tarif jasa EZY Laundry dengan competitor lain

Jenis	EZY Laundry	Wash Casily	Sultan Laundry	Keterangan
Reguler	Rp. 7.000	Rp. 6.000	Rp. 4.000	Harga lebih mahal dari laundry lain
One Day	Rp. 8.000	Rp. 7.000	Rp. 7.000	Harga lebih mahal dari laundry lain
Express	Rp. 10.000	Rp. 10.000	Rp. 10.000	Harga sama dengan laundry lain

Sumber : EZY Laundry 2023

Supaya tidak terjadi permasalahan yang akan timbul akan kesalahan karyawan, pihal laundry harus bisa minimalisir masalah yang akan dihadapi untuk kedepannya.

Kepuasan konsumen tidak hanya mencerminkan respon positif terhadap suatu produk atau jasa, tetapi juga merupakan indikator kualitas yang mempunyai dampak signifikan terhadap citra merek dan loyalitas pelanggan.

Tabel 3
Data Pra-Survei Kepuasan Konsumen Pada Jasa EZY Laundry

No	Pernyataan	Jawaban Responden				Jumlah
		Ya		Tidak		
	Kognitif					
1	Saya merasa puas menggunakan jasa Ezy laundry	14	46%	16	54%	30
2	Saya merasa puas dengan kualitas laundry Ezy yang bersih dan wangi	14	46%	16	54%	30
	Afektif					
3	Saya merasa puas dengan hasil laundry yang wangi dan bersih	12	40%	18	60%	30
4	Saya merasa puas dengan harga ditawarkan ezy laundry dengan kulaitas yang bagus	13	43%	17	57%	30
	Konatif					
5	Saya merasa puas dengan keramahan karyawan Ezy laundry dalam melayani konsumen	12	40%	18	60%	30
6	Saya merasa puas dengan kinerja karyawan Ezy laundry yang ramah, sopam dan tanggaap terhadap konsumen	13	43%	17	57%	30

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Dari data diatas pada banyak respon yang kurang baik pada kualitas yang diberikan oleh ezy laundry tidak wangi dan bersih, pernyaan ini mendapat presentase 60% hal ini menjadi masalah yang harus ditingkatkan oleh karyawan Ezy dalam melakukan kinerja supaya konsumen merasa puas dengan layanan yang diberikan Ezy laundry.

2. Kajian Pustaka dan Hipotesis

Kualitas Pelayanan

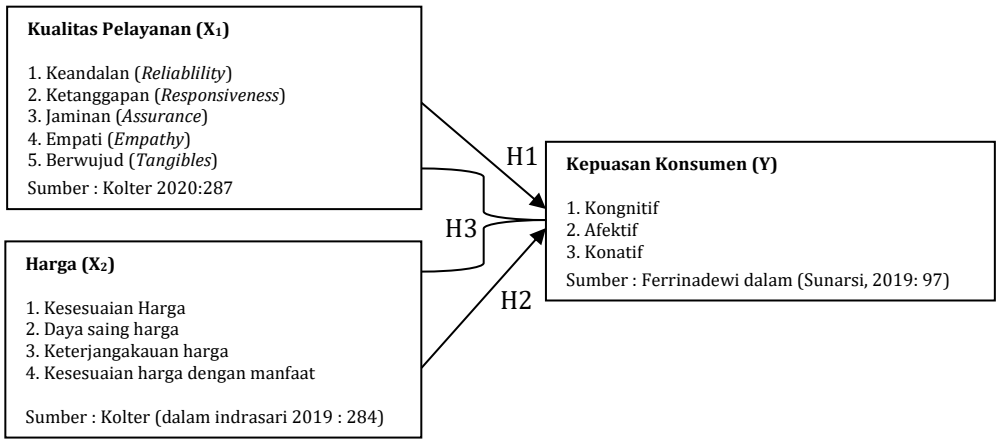
Kualitas Pelayanan menurut (Lesmana, 2020, p. 118) "kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharpakan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhui keginann pelanggan". Menurut Zeithmal dan Bitner dalam (Mayassara A. Abo Hassanin Supervised et al., 2019, p.15) "Kuliatas Pelayanan adalah total pengalaman yang hanya dapat dievaluasi oleh pelanggan".

Harga

Menurut Kotler & Armstrong (2018:151) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena telah membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Kotler & Armstrong (2018:151) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena telah membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2019:56) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Tjiptono, (2018:89) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (outcome) tidak memenuhi harapan. Bila kepuasan konsumen terhadap barang/jasa jauh dibawah apa yang diharapkan, maka konsumen akan kehilangan minat terhadap produsen/penyedia jasa dalam hal ini adalah rumah sakit.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis

Menurut Suntoyo (2020:29) menyatakan bahwa, tujuan uji hipotesis adalah menguji harga–harga statistic, mean, dan proporsi dari satu atau dua sampel yang diteliti. Pengujian ini ditanyakan hipotesis yang saling berlawanan yaitu apakah hipotesis awal (nihil) diterima atau ditolak. Dilakukan

pengujian harga – harga statistic dari suatu sampel karena hipotesis tersebut bisa merupakan pernyataan benar atau pernyataan salah. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian secara parsial (Uji t) dan dalam pengujian hipotesis ini peneliti menetapkan dengan menggunakan uji signifikan, dengan penetapan hipotesis (H0) dan hipotesis alternatif (Ha).

H01: ρ1 = 0 Tidak dapat berpengaruh yang positif dan siginifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Lowndry EZY Pamulang.

Ha1: ρ1 ≠ 0 Terdapat pengaruh yang positif dan siginifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada EZY Laundry Pamulang.

H02: ρ2 = 0 Tidak dapat berpengaruh yang positif dan siginifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada EZY Laundry Pamulang.

Ha2: ρ2 ≠ 0 Terdapat pengaruh yang positif dan siginifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada Lowndry EZY Pamulang.

H03: ρ3 = 0 Tidak dapat berpengaruh yang positif dan siginifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Lowndry EZY Pamulang.

Ha3: ρ3 ≠ 0 Terdapat pengaruh yang positif dan siginifikan secara simultan antara kepuasan konsumen dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Lowndry EZY Pamulang.

3. Metode Penelitian

Jenis pada penelitian ini menggunakan penelitian assosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Data kuantitatif berbentuk angka yang sifatnya dapat dihitung dan diukur jumlahnya untuk diolah menggunakan metode statisik. Menurut Silaen (2018, hal 18) penelitian kuantitatif adalah prosedur yang menghasilkan data berupa angka-angka dan umumnya dianalisis dengan menggunakan statisik deskriptif atau inferensial.

Populasi penelitian menurut Sugiyono (2021:126) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; subjek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam peneitian ini adalah para konsumen Laundry EZY yang pernah menguakan jasa Laundry. Diketahui jumlah total konsumen yang ada di Laundry EZY pada tahun 2023 adalah 1889 konsumen. Untuk alasan praktis penelitian ini tidak meneliti keseluruhan populasi, namun menggunakan sample. Sedangkan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dan didapatkan 94 sampel.

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. Dalam penelitian yang dilakukan penulis terdiri dari variabel independen dan variabel dependen.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji Validitas

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,887	0,192	Valid
2	0,848	0,192	Valid
3	0,827	0,192	Valid
4	0,840	0,192	Valid
5	0,878	0,192	Valid
6	0,833	0,192	Valid
7	0,851	0,192	Valid

8	0,832	0,192	Valid
9	0,828	0,192	Valid
10	0,824	0,192	Valid

Tabel 5
Harga

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,833	0,192	Valid
2	0,846	0,192	Valid
3	0,691	0,192	Valid
4	0,829	0,192	Valid
5	0,814	0,192	Valid
6	0,823	0,192	Valid
7	0,838	0,192	Valid
8	0,843	0,192	Valid

Tabel 6
Kepuasan Konsumen

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,663	0,192	Valid
2	0,674	0,192	Valid
3	0,693	0,192	Valid
4	0,632	0,192	Valid
5	0,718	0,192	Valid
6	0,762	0,192	Valid
7	0,776	0,192	Valid
8	0,770	0,192	Valid

Sumber : Data diolah (2024)

Berdasrkan data tabel diatas, dapat dilihat banhwa 26 butir pernyataan dinyatakan valid, hal ini dibuktikan dengan semua item-item pernyaytaan memiliki nilai r hitung > r tabel (0,192), dengan demikian makan semua item kueisoner dinyatakan valaid, untuk kuesioner yang digunakan layak untuk sebagai data penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbachs Alpha	Standar Alpha	Keputusan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,995	0,600	Reliabel
Harga (X2)	0,926	0,600	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,947	0,600	Reliabel

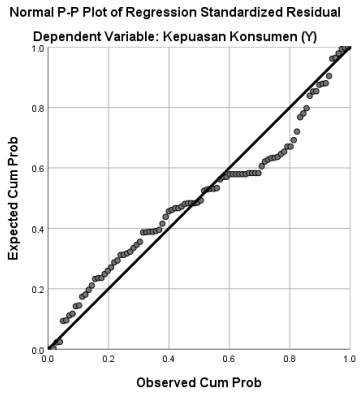
Sumber : Data diolah (2024)

Berdarakan hasil pengujian pada tabel di atas, menunjukan bahwa variabel kualitas pelayana (X1), harga (X2) dan kepuasan konsuemn (Y) dinyatakan reliable, hal ini dibuktikan dengan masing-masing variabel memiliki niali *cronbacth alpha* lebih besar dari 0,600.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji grafik dalam uji normalitas menggunakan grafik normal probability plot, yaitu grafik yang membandingkan kumulatif dari distribusi normal yang akan membentuk satu garis lurus diagonal yang akan dibandingkan dengan planning data residualnya.



Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, tahun 2024

Gambar 2. P-P Plot

Tampilan grafik normal probability plot diatas menunjukan bahwa titik-titik pada grafik menggambarkan data sesungguhnya, juga penyebaran yang mengikuti arah garis diagonalnya, sehingga grafik ini menunjukan bahwa model regresi berdistribusi normal dan dapat memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 8
Hasil Pengujian Multikolinearitas

Coefficients[a]							
Model	**Unstandardized Coefficients**		**Standardized Coefficients**	**t**	**Sig.**	**Collinearity Statistics**	
	B	**Std. Error**	**Beta**			**Tolerance**	**VIF**
(Constant)	2.231	1.370		1.628	.107		
Kualitas Pelayanan (X2)	.318	.085	.408	3.730	.000	.205	4.872
Harga (X2)	.515	.113	.499	4.563	.000	.205	4.872
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)							

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Data tabel di atas dapat diketahui VIF untuk variabel kualitas pelayanan 4,872 dan harga sebesar 2,458 nilai tersebut < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen dan dependen pada penelitian ini dinyatakan tidak terjadi gejaala multikolinieritas.

Uji Autokorelasi

Tabel 9
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]					
Model	**R**	**R Square**	**Adjusted R Square**	**Std. Error of the Estimate**	**Durbin-Watson**
1	,881[a]	,777	,772	2,90467	1,756
a. Predictors: (Constant), X2, X1					
b. Dependent Variable: Y					

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Tabel tersebut memperhatikan jika nilai Durbin-Waston sebesar 1,756 dapat dibandingkan dengan jumlah sampel (94) dan variabel bebas ada 2, dengan demikin, batas bahwa dl=1,621 dan du=1,708, 4-dl=2,379 dan 4-du=2,292. Nilai Durbin-Waston sebesar 1,756, yang berada dianatatra level 1,560 dan 2,460, menunjukan bahwa tidak ada autokorelasi dalam penelitian ini, berdasarkan rumus kenetentuan autokorelasi DU<D>DU-4.

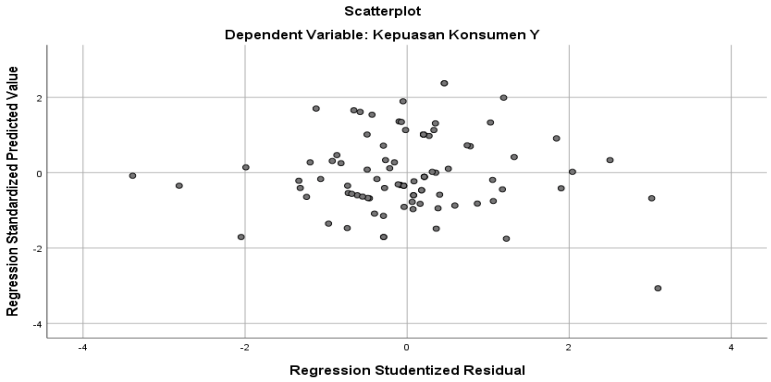
Uji Heteroskedasitas

Tabel 10
Hasil Uji Glejser

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,492	,948		3,684	,000
	Kualitas Pelayanan	-,163	059	-,611	-2,770	,007
	Harga	,148	.078	,418	1,895	,061
a. Dependent Variable: Abs_RES						

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Didasarkan pada ouput uji yang tercantum dalam tabel tersebut, model uji glejer memperhatikan probabilitas signifikansi berjumlah 0,07 untuk variabel X1 (Kualitas Pelayanan dan 0,061 untuk harga. Karena nilai siginifikansi keduanya lebih dari 0,05 hal ini memperlihatkan jika model regresi tidak mengalami gangguan heteroskedasitas pada data tersebut, dengan demikian model regresi tersebut dapat dianadalkan untuk riset.



Sumber: diolah oleh penullis,2024

Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasrkan hasil gambar di ats, titik-titik pada grafik scatter plot tidak mempunyai pola penyebaran yang jelas atau tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian tidak terdapat gangguan heteroskedasitisitas pada model regresi ini layak dipakai sebagai data penelitian.

Regresi Linier Berganda

Tabel 11
Hasil Pengujian Regresi Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.231	1.370		1.628	.107
	Kualitas Pelyanan (X1)	.318	.085	.408	3.730	.000
	Harga (X2)	.515	.113	.499	4.563	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.16 hasil analisis tabel diatas, maka dapat diterapkan dalam nilai persamaan regresinya yaitu Y = 2,231 + 0,318 X1 + 0,515 (X2). Dari persamaan di atas makan dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Nilai konstan sebesar 2,231 diartikan bahwa jika variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X2) tidak ada maka telah terdapat nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 2,231 *point.*
b. Nilai koefisien regresi kualits pelayanan (X_1) 0.318 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahaan pada varibael harga (X_2), maka setiap perubahan 1 unit pada varibael kualitas pelayanan (X_1) akan mwngakibatkan terjadinya pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,318 *point*.
c. Nilai koefisien regresi kualits pelayanan (X_2) 0.515 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahaan pada varibael kualitas pelayanan (X_1), maka setiap perubahan 1 unit pada varibael kualitas harga (X_2) akan mwngakibatkan terjadinya pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,515 *point*.

Uji Koefisien Korelasi

Tabel 12
Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Parsial Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of theEstimate
1	,881[a]	,777	,772	2,90467

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

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Berdasarkan hasil penujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien relasi sebesar 0,881 dimata nilai tersebut berada pada interval 0,800-1,000 yang artinya variabel memiliki tingkat hubungan sangat kuat terhadap kepuasan konsumen.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 13
Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Simultan Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of theEstimate
1	,881[a]	,777	,772	2,90467

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,777 maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh memberikan kontribusi terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 77,7 % sedangkan sisanya sebesar (94-77,7%) = 20,9% .

Uji Hipotesis
Uji T parsial

Tabel 14
Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,186	1,435		2,917	,004
	X1	,664	,043	,852	15,612	,000
a. Dependent Variable: Y						

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau (15,612 > 1,986) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi < 0,050 atau (0,000<0,050). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelyanan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 15
Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Harga (X2) Terhadapa Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,946	1,449		2,033	,045
	X2	,891	,055	,862	16,305	,000
a. Dependent Variable: Y						

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau (16,305 > 1,986) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi < 0,050 atau (0,000<0,050). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini menunjukan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelyanan terhadap kepuasan konsumen.

UJI F Simultan

Tabel 16
Hasil Uji F Secara Simultan Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

ANOVA[a]						
Model		**Sum of Squares**	**Df**	**Mean Square**	**F**	**Sig.**
1	Regression	2675.213	2	1337.607	158.539	.000[b]
	Residual	767.776	91	8.437		
	Total	3442.989	93			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X2)

Sumber : Data diolah (2024)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas nilai F hitung > F tabel atau (158,539 > 3.09) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi < 0,050 atau (0,000<0,050). Dengan demikian maka H0 ditolak dan H3 diterima, hal ini menunjukan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelyanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Pembahasan Hasil Penelitian

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

Terdapat pengaruh pada kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y), hal ini didukung oleh adanya persamaan pada regresi linier sederhana Y = 4,186 + 0,664 X1, nilai korelasi sebesar 0,852 di mana nilai tersebut masuk pada interval 0,800 – 1,000 yang dapat disimpulkan bahwa kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi R square sebesar 0,726 atau sebesar 72,6 %, dan niliai uji hiotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (15,612 > 1,986) Maka demikian H0 ditolak H1 diterima, hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Harga (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Terdapat pengaruh pada harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y), hal ini didukung oleh adanya persamaan pada regresi linier sederhana Y = 2,946 + 0,891 X2, nilai korelasi sebesar 0,862 di mana nilai tersebut masuk pada interval 0,800 – 1,000 yang dapat disimpulkan bahwa kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi R square sebesar 0,743 atau sebesar 74,3 %, dan niliai uji hiotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (16,305 > 1,986) Maka demikian H0 ditolak H2 diterima, hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Secara simultan terdapat pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya persamaan regresi linier berganda Y = 2,231 + 0,318 X1 + 0,515 X2. Konstanta sebesar 2,231 yang dapat disimpulkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga(X2), bernilai 0 atau tidak meningkat maka kepuasan konsumen akan tetap memiliki nilai sebesar 2,231. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau (158,539 > 3.09), hal ini juga diperkuat dengan signifikansi < 0,050 atau (0,000 < 0,050). Maka dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima, fenomena ini menjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan

antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada EZY Laundry Diwilayah Tangerang Selatan.

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 dating yaitu jumlah sampel yang hanya mencakup 94 responden sehingga hasil yang diberikan kemungkinan kurang akurat. Ada faktor lain yang bisa memengaruhi kepuasan konsumen. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan metode tambahan untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat.

6. Kesimpulan

Terdapat pengaruh pada kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y), hal ini didukung oleh adanya persamaan pada regresi linier sederhana Y = 4,186 + 0,664 X1, nilai korelasi sebesar 0,852 di mana nilai tersebut masuk pada interval 0,800 – 1,000 yang dapat disimpulkan bahwa kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi R square sebesar 0,726 atau sebesar 72,6 %, dan niliai uji hiotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (15,612 > 1,986) Maka demikian H0 ditolak H1 diterima, hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Terdapat pengaruh pada harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y), hal ini didukung oleh adanya persamaan pada regresi linier sederhana Y = 2,946 + 0,891 X2, nilai korelasi sebesar 0,862 di mana nilai tersebut masuk pada interval 0,800 – 1,000 yang dapat disimpulkan bahwa kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi R square sebesar 0,743 atau sebesar 74,3 %, dan niliai uji hiotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (16,305 > 1,986) Maka demikian H0 ditolak H2 diterima, hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen.

Terdapat pengaruh pada kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y), hal ini didukung oleh adanya persamaan pada regresi linier sederhana Y = 2,231 + 0,318 X1 + 0,515 X2, nilai korelasi sebesar 0,881 di mana nilai tersebut masuk pada interval 0,800 – 1,000 yang dapat disimpulkan bahwa kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi R square sebesar 0,777 atau sebesar 77,7 %, dan niliai uji hiotesis diperoleh nilai f hitung > f tabel atau (158,539 > 3,091) Maka demikian H0 ditolak H3 diterima, hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Daftar Pustaka

Sumber: Buku

Aristriyono, Warnadi. *"Manjemen Pemasaran."* Sleman: Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA (2019).

Ferrinadewi. (2018). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Firmansyah, Anang, and Budi W. Mahardika. *"Introduction to Management."* Yogyakarta: Deepublish (2018).

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis multivariate dengan Program IBM SPSS 25.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariete*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Ghozali. (2019). *Uji Instrumen Data Kuesioner*. In C. Gunawan, *Regresi Linear Berganda Tutorial SPSS Lengkap (p. 5).* Sukabumi: Skripsi Bisa.

Hermawan, A. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Hermawan, Iwan, dan M.Pd. *Metodologi penelitian pendidikan (metode kualitatif, kuantitatif dan campuran)* . Hidayatul Quran, 2019.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Konsumen*. Surabaya: Unitomo Press.
Indrasari, Meithiana. *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press, 2019.
Kotler, P. & Armstrong. (2018). *Prinsip – Prinsip Marketing Edisi ke Tujuh*. Penerbit:
Robbins, Stephen P., Mary Coulter, and David A. DeCenzo. Fundamentals of management: Management myths debunked. Pearson, 2017.
Rosita, Esi, Wahyu Hidayat, and Wiwin Yuliani*. "Uji validitas dan reliabilitas kuesioner perilaku prososial."* FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan) 4.4 (2021): 279-284.
Rukajat, Ajat. *Pendekatan penelitian kuantitatif: quantitative research* approach. Deepublish, 2018.
Sa'adah, Lailatus. *Kualitas pelayanan, harga, citra merek d an pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen* . Universitas LPPM Kh. A.Wahab Hasbullah, 2020. Salemba Empat Jakarta.
Sudarsono, Heri. Manajemen pemasaran. Pustaka Abadi, 2020.
Tjiptono, Fandy. 2019. "Pemasaran Jasa Edisi Terbaru." Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sumber: Jurnal

Anditya, Nanda Hagi. *Pengaruh media sosial marketing, kualitas layanan, dan harga terhadap loyalitas Dengan kepuasan konsumen sebagai Variabel intervening (Studi Kasus Pada PT Andi Dwi Haryanto Tunas Merapi).* Diss. Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020.
Ekowati, Sri, Meilaty Finthariasari, and Aslim Aslim*. "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Eleven Cafe Bengkulu."* Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (Jam-Ekis) 3.1 (2020).
Gofur, Abdul*. "Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan."* Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT 4.1 (2019): 37-44.
Imron, Imron. *"Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang."* Indonesian journal on software engineering (IJSE) 5.1 (2019): 19-28.
Irmal, Irmal *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tour & Travel PT. Hade Kurnia Wisata Di Tangerang Selatan. "*Marketica: Jurnal Ilmiah Pemasaran, 1(1), 32-40
Kambali, Imam, and Ani Syarifah. *"Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung)."* Pro Mark 10.1 (2020).
Kusumadewi, Nisha, and Trisha Gilang Saraswati. *"Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Official Store Scarlett Di Shopee Dan Tokopedia."* eProceedings of Management 7.3 (2020).
Lamanuk, Novita Iriani Belinan, dan Erna Ferrinadewi. *"Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Kampoeng Roti Di Surabaya."* Seminar Nasional Sains Terapan . Jil. 4. Tidak. 1.2020.
Lesmana, Arimurti Seto. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ud. Citra Sablon Dan Konveksi Kraksaan Probolinggo*. Diss. Universitas Panca Marga Probolinggo, 2020.
Millah, Hayatul. *"Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen."* Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam 6.2 (2020): 134-142.
Sari, Anggri Puspita, et al*. "Kewirausahaan dan Bisnis Online."* (2020).
Setiawan, Ajis, Nurul Qomariah, and Haris Hermawan. *"Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen."* Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia 9.2 (2019): 114-126.
Sugiono, Sugiono, Noerdjanah Noerdjanah, and Afrianti Wahyu. *"Uji validitas dan reliabilitas alat ukur SG posture evaluation."* Jurnal Keterapian Fisik 5.1 (2020): 55-61.
Tanady, Edi Sucipto, and Muhammad Fuad. *"Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta."* Jurnal Manajemen 9.2 (2020).