

Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Aki Incoe PT Meka Adipratam di Kota Semarang)

Budi Triongko
 Untung Widodo
 Maduretno Widowati
 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Nusantara Semarang
buditriongko@gmail.com

Abstract

This study aims to determine whether Price, Product Quality and Service Quality have an affect on Customer Satisfaction study on Incoe battery PT Meka Adipratama at Semarang. This research is a survey research. The population in this study were customers from PT Meka Adipratama. The size of the research sample taken was 75 people determined by the Slovin formula. Sampling was carried out using the purposive sampling method, which is a sampling method with certain criteria. The method of analysis using descriptive analysis, classical assumption test includes normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test. Hypothesis testing in this study used multiple linear regression analysis and hypothesis testing with the help of SPSS. The results of this study indicate that Price has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, Product Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction. Price, Product Quality and Service Quality simultaneously have a positive and significant effect on Customer Satisfaction on Incoe battery PT Meka Adipratama at Semarang.

Keywords: Price, Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction.

1. PENDAHULUAN

PT Meka Adipratama adalah perusahaan yang bergerak di bidang distribusi suku cadang kendaraan bermotor baik roda dua maupun roda empat antara lain meliputi battery/ aki INCOE , pelumas, suku cadang, kepada Customer ritel domestik yang bergerak di bidang otomotif. Hal ini sejalan dengan Jumlah kendaraan bermotor di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun, sesuai Tabel terlampir.

Tabel 1. DATA JUMLAH KENDARAAN BERMOTOR DI INDONESIA

Jenis Kendaraan Bermotor	Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Ribu Unit)				
	2016	2017	2018	2019	2020
Mobil Penumpang	13.143	13.968	14.831	15.592	16.393
Mobil Bis	205	213	223	232	241
Mobil Barang	4.327	4.541	4.797	5.022	5.257
Sepeda motor	94.532	100.200	106.658	112.771	119.235
Jumlah	112.206	118.923	126.509	133.617	141.126

Sumber : Data Badan Pusat Statistik yang diolah, 2021

Namun dalam perkembangan jaman dan persaingan yang semakin ketat penjualan INCOE di PT. Meka Adipratama mengalami penurunan dan tidak memenuhi target penjualan yang sudah ditetapkan.

Beberapa hasil penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko ritel sesuai penelitian yang dilakukan Ajeng Sukmasari, Rustina Dewi, dan Muslim Fikri, 2020. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arif Ferdian Agung (2018), "Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dalam perspektif ekonomi Islam", yang menyampaikan bahwa Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Adapun dalam penelitian yang dilakukan oleh Rizky Bayu Aditya (2020), yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan PT Tirta Kencana Mekar Tangerang", menyampaikan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Namun hasil tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan pada tahun 2017 oleh Ramadhani Sugita dan Sasi Agustin, yang menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Sedangkan terkait dengan Kualitas Pelayanan dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh Dedy Setiawan (2014). "Pengaruh Harga, Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buku Gramedia Pandanaran Semarang", menyampaikan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil ini berbeda dengan disampaikan oleh Dhita Tresiya, Djunaedi dan Heri S (2018) yang menyampaikan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dalam penelitiannya "Pengaruh Kualitas dan Kenyamanan terhadap Kepuasan Konsumen pada perusahaan jasa Ojek Online Go-Jek di Kota Kediri".

Kepuasan Pelanggan yaitu *feel level* seseorang setelah merasakan membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapan mereka. Bila kinerja *over* dari harapan customer akan merasa puas dan sebaliknya. (Tjiptono, 2005). Faktor Kepuasan Pelanggan menurut Lupyoadi, 2008 adalah : kualitas produk, kualitas pelayanan, emosi, harga, biaya. Tjiptono (2004) menyampaikan indikator Kepuasan Pelanggan terdiri dari : kesesuaian harapan, loyal, kesediaan merekomendasikan.

Menurut Swasta dan Irawan, 2002. Harga yaitu unsur bauran pemasaran langka yang bisa menghasilkan *income* penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya merupakan unsur pelengkap saja. Dharmesta dan Irawan (2005), menyatakan bahwa tingkat Harga yang terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor : keadaan perekonomian, penawaran dan permintaan, elastisitas permintaan, dan biaya. Adapun indikator harga menurut Kotler, 2012 adalah : keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat.

Kualitas Produk menurut Handi Irawan (2002) adalah pengontrol kepuasan konsumen yang bersifat multidimensi. Hal ini mempunyai arti bahwa bagi konsumen, kualitas mempunyai beberapa dimensi. Menurut Assauri (2002), berbagai pemicu yang dapat mempengaruhi suatu produk adalah mutu, kualitas, penampilan, pilihan yang ada (*options*), gaya, merk (*brand*), pengemasan (*packaging*), ukuran (*size*), jenis (*product line*), (*product items*), jaminan (*quarranties*), dan *service*. Adapun indikator kualitas produk menurut Tjiptono (2001:25) terdiri dari: kinerja produk, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, keterandalan produk, tampilan produk, kesan kualitas.

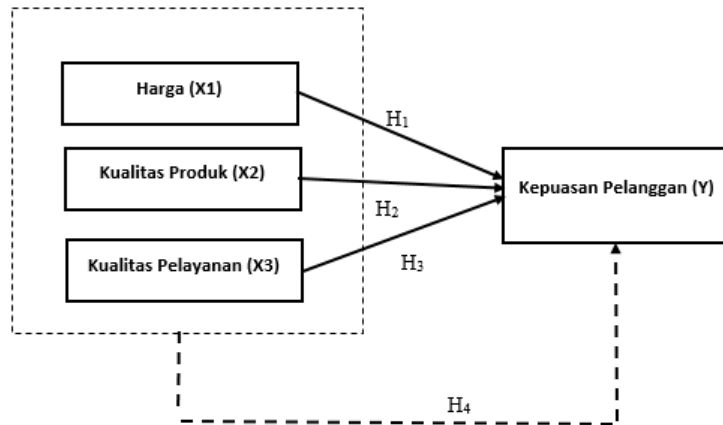
Kualitas layanan dapat dijelaskan sebagai konsep dari multidimensional yang dibangun melalui evaluasi terhadap konstruksi dari sejumlah atribut yang terkait dengan jasa (Utami, 2006). Tjiptono (2017) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan bisa menjadi tolak ukur tingkat pelayanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari pelanggan sehingga menjadi loyal. Faktor yang memengaruhi Pelayanan menurut Kasmir (2017) diantaranya adalah jumlah tenaga kerja, kualitas tenaga kerja, motivasi karyawan, kepemimpinan, budaya organisasi, kesejahteraan karyawan, lingkungan kerja. Menurut Tjiptono (2005) indikator kualitas pelayanan terdiri dari : keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik.

Dari uraian permasalahan di atas dan dari adanya penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan, penelitian ini bermaksud untuk mengklarifikasi kembali faktor penentu terhadap Kepuasan Pelanggan di suatu objek tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan (studi pada aki Incoe PT Meka Adipratama di kota Semarang).

Beberapa penelitian sebelumnya terlampir dalam table sebagai berikut :

Tabel 2
Penelitian terdahulu

Nama	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil
Ajeng Sukmasari, Rustina Dewi, dan Muslim Fikri, (2020).	Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Ritel	Analisis regresi linier berganda	Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen
Rizka Bayu Aditya, (2020).	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan	Analisis regresi linier berganda	Kualitas produk, Kualitas Layanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan
Abdul Gofur (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	Analisis regresi linear berganda	Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan
Arif Ferdian Agung (2018)	Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dalam perspektif ekonomi Islam	Analisis regresi linear berganda	Harga tidak berpengaruh Positif dan signifikan, sedangkan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan
Dhita Tresiya, Djunaidi, Heri S. (2018)	Pengaruh Kualitas dan Kenyamanan terhadap Kepuasan Konsumen pada perusahaan jasa Ojek Online Go-Jek di Kota Kediri.	Analisis regresi linear berganda	Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan, sedang Kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen
Ramadhani Sugita, (2017).	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan	Analisis regresi linear berganda	Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan Kualitas Produk dan Lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
Deddy Setiawan, Sri Suryoko, Sari Listyorini, (2014).	Pengaruh Harga, Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buku Gramedia Pandanaran Semarang	Analisis regresi linear berganda	Harga, Produk dan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan



Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran

Keterangan :

————— : Pengaruh secara Parsial

- - - - - : Pengaruh secara Simultan

2. METODE PENELITIAN

Variabel penelitian yaitu suatu atribut, nilai atau sifat dari suatu objek atau kegiatan yang mempunyai variable tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Variabel penelitian terdiri dari dua macam, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel independen merupakan variabel bebas yang mempengaruhi atau penyebab timbulnya variabel dependen. Variabel independen dinotasikan sebagai variabel X. dalam penelitian ini. variabel.independen yang digunakan adalah : Harga (X1), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X3). Variabel dependen merupakan variabel yang tergantung dan terikat dengan variabel bebas. Dan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian di PT Meka Adipratama, dalam hal ini diwakili oleh pemilik toko. Adapun pelanggan yang melakukan pembelian selama satu tahun sebanyak 300 pelanggan. Karena populasinya besar maka menggunakan Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dengan simple random sampling. Simple random sampling merupakan pengambilan anggota sample dari populasi, dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2009). Untuk menentukan sampel pada penelitian dan ini menggunakan rumus slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan :

- N = Jumlah Populasi (300 Pelanggan / toko)

- n = Jumlah sampel

- e = Nilai kritis (batas kesalahan) yang diinginkan yaitu 10%

Hasil perhitungan : jumlah sampel yang diperlukan minimal sebanyak 75 pelanggan. Dalam penelitian ini menggunakan Metode pengumpulan data dengan cara survei. Survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, melalui pengisian daftar pertanyaan dan juga dengan wawancara. Kuesioner adalah teknik mengumpulkan data dengan cara memberi beberapa pertanyaan/ pertanyaan dan tertulis kepada responden dan untuk dijawab (Arikunto, 2006). Kuesioner disebarkan kepada responden untuk mendapatkan jawaban dari responden mengenai

masalah yang diteliti untuk kepentingan penelitian. Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini skala 1-5.

Untuk mengetahui data hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, digunakan analisis regresi antara variabel variabel dengan tahapan yang akan digunakan adalah (1) Uji Kualitas Data. Pengumpulan data dalam hasil penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner, sehingga kualitas kuesioner merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian ini. Ketetapan hasil data sangat ditentukan oleh alat ukur variabel yang digunakan, apabila alat ukur yang digunakan tidak dapat dipercaya maka hasil yang didapatkan tidak akan mampu menggambarkan keadaan yang sesungguhnya. Uji kualitas data menggunakan uji validitas dan reliabilitas. (2) Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari uji normalitas. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas ini adalah apabila nilai signifikan $>0,05$ ini menunjukkan data distribusinya normal. Sebaliknya apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka data distribusi tidak normal. Dalam penelitian ini untuk menguji normalitas menggunakan bantuan SPSS. Uji Multikolinearitas yang berfungsi untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan). Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2016). Dengan kriteria nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai Tolerance (TOL) tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas. Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidakmiripan varians dari residual 1 pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika varians berbeda maka disebut heterokedastisitas. Model yang baik tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2016). didalam penelitian ini menggunakan uji glejser. (3) Analisis Regresi Linear Berganda. Analisis regresi adalah suatu studi mengenai ketergantungan variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) dengan satu atau lebih variabel independen (Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan), dengan tujuan untuk memprediksi rata rata dari populasi atau nilai nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Mandey,2013). Untuk regresi yang variabel independennya terdiri atas dua atau lebih, regresinya disebut berganda. Jadi analisis regresi linear berganda pada penelitian ini digunakan untuk seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu Harga, Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Meka Adipratama.

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + e$$

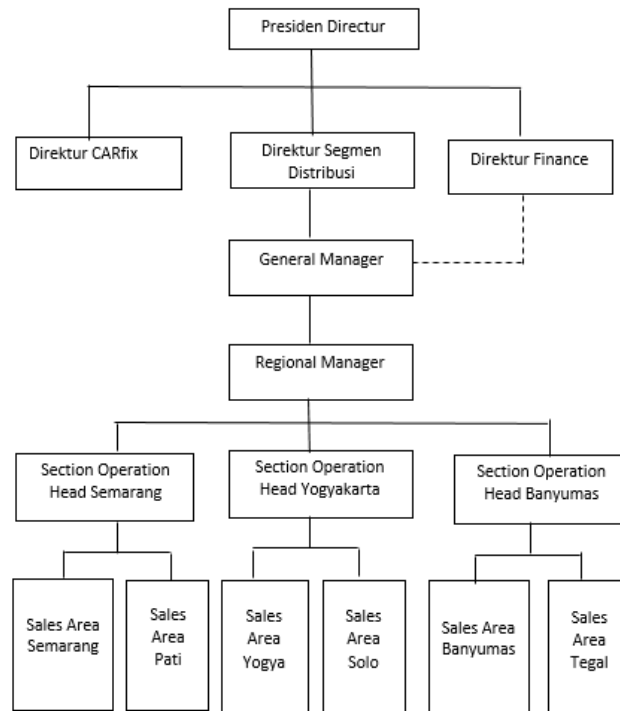
Keterangan :

- Y = Kepuasan Pelanggan
- α = Konstanta
- β_1 = Koefisien regresi harga
- β_2 = Koefisien regresi kualitas produk
- β_2 = Koefisien regresi kualitas produk
- β_3 = Koefisien regresi kualitas pelayanan
- X1 = Harga
- X2 = Kualitas Produk
- X3 = Kualitas Pelayanan
- e = Standar kesalahan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Meka Adipratama adalah perusahaan yang bergerak di bidang distribusi suku cadang kendaraan bermotor baik roda dua maupun roda empat antara lain meliputi battery/ aki INCOE , pelumas, ban, suku cadang utama ataupun penunjang di kendaraan kepada para peritel domestik.

Struktur Organisasi PT Meka Adipratama



Sumber : Data PT Meka Adipratama, 2022

Dari hasil penelitian didapatkan data mayoritas responden yang melakukan pembelian ada pada umur 41-50 tahun (41,3%) dan bejenis kelamin laki – laki (89,3%). Kemudian dari data penelitian menunjukkan bahwa responden setuju bahwa Variable Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

Hasil Uji Validitas dimana $r_{table} = 0,2272 \Rightarrow (df = n-2 \text{ signifikansi } 5\%)$ dapat diketahui bahwa dari table terlihat semua Variabel nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dapat dikatakan bahwa data valid dan layak untuk dilakukan penelitian.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Harga	1	0,880	0,2272	Valid
	2	0,910		Valid
	3	0,704		Valid
	4	0,829		Valid
Kualitas Produk	1	0,759	0,2272	Valid
	2	0,821		Valid
	3	0,852		Valid
	4	0,833		Valid
	5	0,791		Valid
	6	0,674		Valid
	7	0,697		Valid
Kualitas Pelayanan	1	0,656	0,2272	Valid
	2	0,678		Valid
	3	0,682		Valid
	4	0,242		Valid
	5	0,789		Valid
Kepuasan Pelanggan	1	0,750	0,2272	Valid
	2	0,745		Valid
	3	0,833		Valid

Sumber : Data yang diolah, 2022

Hasil Uji Reliabilitas suatu Variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's alpha $> 0,70$ (Ghozali, 2016). Dari Tabel terlihat nilai Cronbach Alpha $> 0,70$ untuk semua Variabel. Sehingga dapat dikatakan bahwa data reliabel dan layak untuk dilakukan penelitian.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variable	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Harga	0.845	Reliable
2	Kualitas Produk	0.887	Reliable
3	Kualitas Pelayanan	0.752	Reliable
4	Kepuasan Pelanggan	0.766	Reliable

Sumber : Data yang diolah, 2022

Hasil Uji Normalitas model regresi yang baik memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2013). Berdasarkan Uji Normalitas hasilnya 0,049 dan signifikansi 0,200. Hal ini berarti data terdistribusi secara normal karena nilai $p = 0,200 > 0,05$.

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas

☒ **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Standardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.97952001
Most Extreme Differences	Absolute	.049
	Positive	.047
	Negative	-.049
Test Statistic		.049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber.: Data yang diolah, 2022 ☐

Hasil Uji Multikolonieritas model regresi yg baik sepatutnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2016). Bila Variance Inflation Factor (VIF) < 10 dan nilai Tolerance (TOL) > 0,10, maka terbebas dari multikolonieritas. Dengan hasil nilai *tolerance* untuk semua Variable > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka data terbebas dari multikolonieritas.

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
HARGA	.687	1.456
KUALITAS PRODUK	.692	1.445
KUALITAS PELAYANAN	.966	1.036

Sumber.: Data yang diolah, 2022

Hasil Uji Heterokedastisitas sesuai Uji glejser dimana: Signifikansi < 0,05 terjadi heteroskedastisitas, dan Signifikansi > 0,05 tidak terjadi heteroskedastisitas. Semua Variable independen tingkat signifikan > 0,05. Sehingga tidak mengandung heteroskedastisitas.

Tabel 4.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.462	1.878		2.805	.000
	HARGA	.151	.116	.157	1.119	.267
	KUALITAS PRODUK	.114	.087	.270	.500	.619
	KUALITAS PELAYANAN	.313	.072	.136	.303	.763

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data yang diolah, 2022

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.12
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.182	1.460		.124	.901
	HARGA	.239	.076	.318	3.134	.003
	KUALITAS PRODUK	.186	.046	.412	4.080	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.162	.071	.196	2.289	.025

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : Data yang diolah, 2022

Berdasar tabel tersebut maka persamaan regresi pada penelitian ini :

$$Y = 1,182 + 0,239 X_1 + 0,186 X_2 + 0,162 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan bahwa konstanta (α) sebesar 1,182 menjelaskan bahwa bila Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) dianggap sama dengan nol maka Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 1,182. Variabel Harga (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan koefisien regresi bernilai 0,239 (23,9%). Makin baik persepsi terhadap Harga maka semakin tinggi Kepuasan

Pelanggan. Variabel Kualitas Produk(X2) mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan koefisien regresi bernilai 0,186 (18,6%).Makin baik Kualitas Produk maka semakin tinggi pula Kepuasan Pelanggan. Variabel Kualitas Pelayanan (X3) mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan koefisien regresi bernilai 0,162(16,2%).Makin baik Kualitas Pelayanan maka semakin tinggi pula Kepuasan Pelanggan.

Tabel 4.13
Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model		T	Sig.
1	(Constant)	.124	.901
	HARGA	3.134	.003
	KUALITAS PRODUK	4.080	.000
	KUALITAS PELAYANAN	2.289	.025

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : Data yang diolah, 2022

Variabel Harga : Variabel Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Tingkat signifikansi $0,03 < 0,05$, thitung $3,134 > t$ tabel $1,66660$. Maka dapat disimpulkan H1 Diterima. Variabel Kualitas Produk : Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, thitung $4,080 > t$ tabel $1,66660$. Maka dapat disimpulkan H2 Diterima.

Variabel Kualitas Pelayanan : Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Tingkat signifikan $0,025 < 0,05$, thitung $2,289 > t$ -tabel $1,66660$. Maka dapat disimpulkan H3- Diterima.

Tabel 4.14
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	142.305	3	47.435	23.582	.000 ^b
	Residual	142.815	71	2.011		
	Total	285.120	74			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA

Sumber : Data yang diolah, 2022

Fhitung 23,582; nilai signifikansi 0,000. Dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan Fhitung $23,582 > F_{tabel} 2,73$, sehingga Uji F pada Variabel Independen (Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan tingkat signifikansi 0,000, Fhitung $23,582 > F_{tabel} 2,73$. Maka dapat disimpulkan H4 Diterima.

Tabel 4.16
Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis

HIPOTESIS	PERNYATAAN	HASIL
H ₁	Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan	Hipotesis diterima
H ₂	Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan	Hipotesis diterima
H ₃	Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan	Hipotesis diterima
H ₄	Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan	Hipotesis diterima

Sumber : Data yang diolah, 2022

- Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan didapatkan hasil pengujian hipotesis H1 menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi $0,03 < 0,05$; thitung $3,134 > t_{tabel} 1,66660$, berarti H1 diterima. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan didapatkan hasil pengujian hipotesis H2 menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, thitung $4,080 > t_{tabel} 1,66660$, berarti H2 diterima. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan didapatkan hasil hasil pengujian hipotesis H3 menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi $0,025 < 0,05$; thitung $2,289 > t_{tabel} 1,66660$; H3- diterima.
- Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan didapatkan hasil pengujian hipotesis H₄ menunjukkan bahwa Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi dibawah 5% $0,000 < 0,05$ ($\alpha = 0,05$) dan F_{hitung} $23,582 > F_{tabel} 2,73$; H₄ diterima.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner mengenai pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dapat diambil kesimpulan bahwa variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Untuk penelitian berikutnya diharapkan menambahkan variable lainnya yang masih memiliki keterkaitan dengan Kepuasan Pelanggan namun belum ada dalam penelitian ini seperti variabel Strategi Pemasaran, Citra Merek, Promosi, Kualitas Informasi, dan variabel lainnya. Sehingga dalam penelitian berikutnya dapat diperoleh faktor-faktor yang

signifikan dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Dari hasil analisa dapat diambil kesimpulan bahwa Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Oleh karena itu Perusahaan perlu menjaga Kualitas Produk, memperbaiki dan meningkatkan Kualitas Pelayanan secara terus menerus. Perusahaan harus mempertimbangkan kebijakan penetapan Harga agar bisa sesuai dengan para kompetitor lainnya, terutama harus berorientasi dengan manfaat yang dirasakan oleh pelanggan, agar terciptanya Kepuasan Pelanggan yang nantinya diharapkan dapat meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng Sukmasari, Rustina Dewi dan Muslim Fikri. 2020. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Ritel Studi pada Toko YABAKII mart." <http://jurnal.stiemuhcilacap.ac.id/index.php/je511/article/view/100>. 01 Maret 2021.
- Abdul Gofur. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT Indosteger Jaya". <http://jrmb.ejournalfeuniat.net/index.php/JRMB>. 26 Maret 2022
- Arif Ferdian Agung. 2018. "Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dalam perspektif ekonomi Islam". <http://repository.radenintan.ac.id/4334/1/SKRIPSI%20AGUNG.pdf>. 26 Maret 2022
- Anwar dan Sanusi. 2012. Metodologi Penelitian Bisnis. Salemba Empat. Bandung.
- Arikunto. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Rineka Cipta. Jakarta.
- Arikunto. 2010. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi.
- Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran, Jilid 1. Edisi Ketiga belas Erlangga Jakarta
- Kotler, Philip. 2010. Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Ketiga belas. Erlangga Jakarta.
- Kotler, Philip. 2012. Manajemen Pemasaran, Jilid Dua. Erlangga. Jakarta.
- Laksana. 2008. Manajemen Pemasaran. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Lupiyoadi, R dan A. Hamdani. 2008. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Mandey, Jilly Bernadette., 2013. "Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild." Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. Vol. 01, No. 04, Hal 95-104, Desember 2013. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2577>. 2 Maret 2022.
- Mischitelli, V. 2000. Your New York Restaurant Adams. Media Cooperation. Holbrook.
- Payne, A. 2010. Pemasaran Jasa Pelayanan: The Essence of Service Marketing. Edisi 1. Andi Offset. Yogyakarta.
- Ramadhani Sugita dan Sasi A. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Aiola Eatery." <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/906>. 01 Maret 2021.
- Rizky Bayu Aditya. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan PT Tirta Kencana Mekar Tangerang." <http://ejournal.stieipwija.ac.id/index.php/jmk/article/view/382>. 01 Maret 2021.
- Rusydi. 2017. Customer Excellence. Gosyen Publishing. Yogyakarta

- Schiffman, L, G, dan L, L, Kanuk. 2009. Persepsi Kualitas: Consumer Behavior. Perason Prestice Hall. New Jersey.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Supranto. 2011. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar. Rineka Cipta. Jakarta.