

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WAHYU FOTOCOPY DESA KARANGTALUN KECAMATAN KALIDAWIR

Afikarina Purwaningrum¹, Maria Agatha Sri W H M.Pd²

^{1,2}Universitas Bhinneka PGRI

Corresponding Author: afikarinap13@gmail.com

Article History

Received: 20-08-2022

Revised: 10-09-2022

Accepted: 07-10-2022

Kata Kunci:

Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

Keywords:

Price, Quality of Service, Customer Satisfaction

ABSTRAK:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Wahyu Fotocopy Desa Karangtalun Kecamatan Kalidawir. Menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif korelasional dengan jenis non eksperimen yang menggunakan *ex post facto*. Sampel penelitian ini menggunakan metode random sampling dan diperoleh sebanyak 228 jumlah konsumen Wahyu Fotocopy. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Asumsi Klasik, (Uji Normalitas, Uji Linieritas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas), Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis (Uji *t* dan Uji *F*), dan Koefisien Determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan secara siltultan terdapat ada pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

ABSTRACT:

This study aims to determine the effect of price and service quality on consumers of Wahyu Fotocopy, Karangtalun Village, Kalidawir District. Using a correlational quantitative research approach with non-experimental types that use *ex post facto*. The sample of this study used a random sampling method and obtained as many as 228 consumers of Wahyu Fotocopy. The data analysis technique used is the Classical Assumption Test, (Normality Test, Linearity Test, Multicollinearity Test, and Heteroscedasticity Test), Multiple Linear Regression Analysis, Hypothesis Testing (*t* Test and *F* Test), and Coefficient of Determination. The results showed that partially there is a positive and significant influence between price and service quality on customer satisfaction, while simultaneously there is an effect of price and

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pada saat ini sangatlah canggih dan berkembang pesat. Sehingga pada saat ini masyarakat khususnya pada kalangan (dewasa, remaja, anak-anak) tidak akan lepas dari teknologi internet yaitu pada hp, komputer, mesin. Teknologi informasi saat ini sangat berpengaruh pada dunia bisnis dikarenakan perkembangan teknologi yang semakin maju dengan mengikuti perkembangan zaman. Dalam mengikuti perkembangan teknologi, maka Wahyu Fotocopy ini menyediakan media belanja online seperti aplikasi yang dikeluarkan oleh kemendikbud Bapak Nadiem Anwar Makarim yaitu aplikasi SIPLah Bli Bli dan juga dapat melakukan pemesanan fotocopy, percetakan lewat aplikasi WhatsApp.

Bisnis dapat mendorong perekonomian suatu negara sebagai menyediakan berbagai sarana yang bisa memperbaiki standar kehidupan. Pada saat ini dunia bisnis banyak yang ditekuni masyarakat. Perekonomian di Indonesia mulai mengalami kemajuan dan berdampak terhadap kehidupan masyarakat. Hal ini dikarenakan banyaknya masyarakat di Indonesia memulai usaha, jadi angka pengangguran negara kita berkurang. Dalam dunia bisnis harus memperhatikan hal yang paling terpenting yaitu pada konsep kepuasan pelanggan yang digunakan untuk menarik konsumen.

Bisnis fotocopy ini salah satu usaha teknologi yang berkembang pesat yaitu usaha dalam sektor perlengkapan alat tulis kantor. Usaha mikro kecil menengah dalam bidang fotocopy ini sudah di dirikan pada tahun 2003 dan sudah mempunyai ijin operasional. Hal ini menjadikan peluang usaha fotocopy yang begitu menjanjikan, berawal dari mempunyai mesin fotocopy satu dan alat tulis kantor seadanya dengan modal seadanya. Bisnis penggandaan, penjualan ATK dan fotocopy hampir setiap aspek di kehidupan kota ataupun desa sangat memerlukan penggandaan dan jasa fotocopy dalam skala besar maupun skala kecil. Wahyu Fotocopy merupakan suatu usaha mikro yang dijalankan oleh perorangan, dalam sebuah fotocopy tidak hanya menggandakan tulisan/gambar melainkan ada berbagai jenis produk peralatan kantor meliputi kertas, pensil dan penghapus, pulpen, penggaris, gunting, tipe x (stipo), penjepit kertas, isi ulang tinta stempel dan print, perforator, staples, spidol, buku catatan, buku gambar, buku tulis map, otner amplop, selain itu juga bisa melayani pengetikan, percetakan dan melayani penjualan pulsa, pembayaran token listrik. Perlengkapan kantor dijual dengan harga yang terjangkau. Meskipun harganya murah, namun konsumen yang datang fotocopy sangat bervariasi tanpa membedakan strata sosial.

Di Tulungagung persaingan pasar usaha fotocopy ini sangat kuat di daerah dekat kampus UIN Sayyid Ali Rahmatullah banyaknya masyarakat yang membuka usaha fotocopy. Namun lokasi usaha Wahyu Fotocopy ini di Desa Karangtalun Kecamatan Kalidawir ini berdiri sejak tahun 2003 dan beroperasi mulai jam 07.00 – 19.00. Wahyu Fotocopy ini ramai dikunjungi karena selain lokasi yang sangat strategis, nyaman, dan harga perlengkapan alat tulis kantor dan kualitas pelayanan konsumen cukup baik sehingga konsumen merasa puas saat menggunakan jasa fotocopy. Berdasarkan hasil observasi peneliti pada Wahyu Fotocopy maka terdapat permasalahan yang pertama pada penetapan harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu harga pada suatu produk penggandaan jasa fotocopy menjadi sebuah ukuran seseorang untuk membeli sebuah produk. Namun kenyataannya harga juga menjadi sebuah tolak ukur untuk menentukan berapa nilai produk tersebut, namun akhir-akhir ini harga produk sering berubah-ubah dikarenakan distributor memberi harga yang juga berubah menjadikan penjual memberikan harga kepada konsumen juga naik turun tidak harga stabil. Selain itu permasalahan yang kedua pada kurangnya kualitas pelayanan terhadap

konsumen adalah urutan yang tidak sesuai, dan sistem jam kerja yang tidak sesuai menjadikan konsumen merasa sedih dan kepuasan konsumen mengalami penurunan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Santoso, 2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen tetapi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, harga dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, akan tetapi kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, dan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Mariansyah, 2020) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

LANDASAN TEORI

Harga

Harga (price) adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk (Lane, 2009). Tujuan penetapan harga menurut (Rewoldt et al., 1991) antara lain penetapan harga untuk mencapai suatu target pasar, penetapan harga untuk mengatasi atau mencegah persaingan, penetapan harga untuk memaksimalkan laba, dan stabilisasi harga dan margin. Menurut Basu Swastha dalam Anggar, (2012) dalam (Samsurijal Hasan, 2020) ada 7 faktor penting yang mempengaruhi penentuan harga yaitu keadaan perkenomian, permintaan dan penawaran pasar, elastisitas permintaan, persaingan, biaya, tujuan penjual, serta pengawasan pemerintah. Indikator harga dalam penelitian ini adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan potongan harga.

Kualitas Pelayanan

Usaha pemenuhan kebutuhan, kualitas yang mencakup produk jasa dan lingkungan dengan secara cepat suasana yang berubah, hal ini yang meliputi suatu bagian utama kualitas pelayanan (Erinawati & Syafarudin, 2021). Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Ekspektasi konsumen dalam sebuah pemasaran jika sebuah perusahaan menerima umpan balik dari konsumen, maka terbukti bahwasanya perusahaan tersebut benar-benar memiliki kualitas dalam pelayanan yang baik dan tentu seorang konsumen akan membeli secara berulang-ulang (Tjiptono, 2014). Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan menurut (Hartini S, 2017) yaitu jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, jasa yang diapresiasi dan jasa yang diharapkan. Indikator kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah reabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berawal dari perbandingan kesan mereka terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk yang diharapkan mereka (Philip Kotler, 1997). Selain itu kepuasan konsumen juga dapat diartikan sebagai evaluasi pembeli, dimana persepsi terhadap kinerja produk/jasa yang dipilih setidaknya

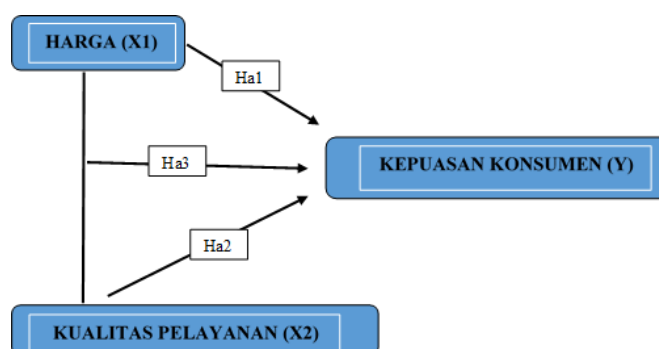
memenuhi atau bahkan melampaui harapan pembeli sebelumnya, apabila tanggapan mereka tidak sesuai dengan apa yang diharapkan maka yang terjadi konsumen merasa tidak puas (Hartini S, 2017). Indikator kepuasan konsumen pada penelitian ini adalah kinerja, menciptakan word-of-mouth dari mulut ke mulut, membeli kembali, ekspektasi, dan menciptakan citra merek. Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu emosi konsumen, kepuasan konsumen terhadap produk (Istiatin, 2015).

Pengaruh Antar Variabel yang Akan Diteliti

Pengaruh antar variabel yang akan diteliti yaitu Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Wahyu Fotocopy. Berdasarkan teori di atas maka dapat membantu menjelaskan bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan Wahyu Fotocopy akan memperoleh kepuasan konsumen yang sesuai. Jadi dengan adanya penetapan harga yang benar dan tepat akan meningkatkan kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan yang meningkat maka juga akan meningkat pula kepuasan konsumen.

Rancangan Penelitian

Berdasarkan judul dan tujuan penelitian, maka penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Adapun rancangan penelitian ini adalah sebagai berikut:



Hipotesis

Berdasarkan rancangan penelitian di atas maka dapat disimpulkan hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

- Ha1: Terdapat Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Wahyu Fotocopy Desa Karangtalun Kecamatan Kalidawir
- Ha2: Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Wahyu Fotocopy Desa Karangtalun Kecamatan Kalidawir
- Ha3: Terdapat Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Wahyu Fotocopy Desa Karangtalun Kecamatan Kalidawir

METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan pada Wahyu Fotocopy Desa Karangtalun Kecamatan Kalidawir. Menurut Arikunto (2002:32) terdapat dua jenis penelitian korelasional yaitu korelasional sejajar dan korelasional sebab akibat. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian jenis korelasional sebab akibat atau disebut kausal. Menurut Sugiyono (2010:59) hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi). Menurut Sugiyono (2010:12) metode penelitian yang digunakan dalam penelitian kuantitatif adalah metode survey, *ex post facto*, eksperimen, evaluasi, *action research*, dan *policy research* (selain metode *naturalistic* dan sejarah). Dalam penelitian ini menggunakan metode *ex post fact*. Menurut Arikunto (2010:17) *ex post facto* atau penelitian ‘masa lalu’ adalah penelitian tentang variabel yang kejadiannya sebelum penelitian dilaksanakan. Jadi data disimpulkan

bahwa penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif korelasional dengan jenis non eksperimen yang menggunakan *ex post facto*.

Dengan populasi dihitung dari bulan Maret sampai Mei dengan berjumlah 1.520 sedangkan sampel menurut (Arikunto, 2002) yaitu pengambilan sampel apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. akan tetapi jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih, tergantung setidaknya-tidaknya dari :

- a) Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana,
- b) Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek
- c) Besar kecilnya risiko yang ditanggung oleh peneliti.

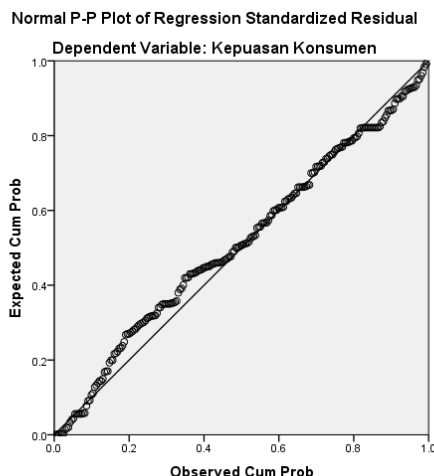
Berdasarkan pendapat diatas, maka sampel dalam penelitian ini diambil sebesar 15% dari jumlah populasi dengan diperoleh sampel sebanyak 228 konsumen wahyu fotocopy. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Simple Random Sampling. Simple Random Sampling adalah teknik sampling simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi (Sugiyono, 2010). Pada pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisioner atau angket yang terdiri dari 50 item pertanyaan yang tentang harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dengan tanggapan menggunakan skala likert berkisar dari 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju). Data dikumpulkan dengan menyebar kuisioner/angket melalui google form selama bulan Juli 2022 agar mudah diakses oleh konsumen Wahyu Fotocopy. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Asumsi Klasik, (Uji Normalitas, Uji Linieritas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas), Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F), dan Koefisien Determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden yang mengisi kuisioner atau angket dalam penelitian ini yaitu semua konsumen Wahyu Fotocopy dan yang paling banyak dalam penelitian ini rentang umur 15-35 tahun.

A. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2016) uji normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi memiliki regresi retribusi normal. Seperti yang diketahui uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila asumsi ini dilanggar maka uji statistic tidak valid untuk jumlah sampel yang kecil. Uji normalitas dapat dilakukan melalui dua pendekatan yaitu grafik (histogram dan P-P Plot) dan uji Kolmogorov-Smirnov.



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar Normal P-P Plot of regression Standardized residual diatas, titik-titik (data) berada merapat di sekitar garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa data dikatakan normal dan dapat digunakan untuk penelitian.

Menurut (Ghozali, 2016) kriteria pengujian Kolmogorov-Smirnov yaitu sampel yang berdistribusi tidak normal apabila tingkat signifikansi pada tiap-tiap variabel < 0,05 dan sampel yang berdistribusi normal apabila tingkat signifikansi pada tiap-tiap variabel > 0,05.

Tabel 1 Hasil Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		228
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.96289070
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.047
	Negative	-.078
Kolmogorov-Smirnov Z		1.182
Asymp. Sig. (2-tailed)		.122
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber data: diolah peneliti, 2022

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa data telah berdistribusi secara normal, karena data memiliki signifikansi sebesar 0,122 > 0,05.

B. Uji Linieritas

Menurut (Ghozali, 2016) uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak, dan apakah fungsi yang digunakan dalam studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat atau kubik. Dengan uji linieritas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat atau kubik.

Jadi kenaikan atau penurunan kuantitas di salah satu variabel akan mengikuti kenaikan atau penurunan linier kuantitas variabel lainnya (linier = garis lurus). Ketentuan interpretasi pada variabel X1 terhadap Y dan X2 untuk variabel Y yang digunakan peneliti adalah hasil perhitungan kolom linier pada tabel ANOVA. Jika nilainya signifikan $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa memenuhi syarat untuk lulus uji linieritas.

Tabel 2 Hasil Uji Linieritas Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Harga	Between Groups	(Combined)	4254.300	23	184.970	7.777	.000
		Linearity	3529.749	1	3529.749	148.415	.000
		Deviation from Linearity	724.551	22	32.934	1.385	.124
	Within Groups		4851.735	204	23.783		
	Total		9106.035	227			

Sumber data: diolah peneliti, 2022

Berdasarkan dari tabel diatas hasil uji linieritas variabel harga (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai sig. linearity 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai sig. deviation from linearity lebih dari 0,05 yaitu 0,124. Maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini memenuhi syarat linieritas dan lolos uji serta dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara variabel-variabel yang ada.

Tabel 3 Hasil Uji Linieritas Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	5746.066	20	287.303	17.700	.000
		Linearity	5386.668	1	5386.668	331.860	.000
		Deviation from Linearity	359.398	19	18.916	1.165	.290
	Within Groups		3359.969	207	16.232		
	Total		9106.035	227			

Sumber data: diolah peneliti, 2022

Berdasarkan dari tabel diatas hasil uji linieritas variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai sig. linearity 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai sig. deviation from linearity lebih dari 0,05 yaitu 0,290. Maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini memenuhi syarat linieritas dan lolos uji serta dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara variabel-variabel yang ada.

C. Multikolinieritas

Menurut (Ghozali, 2016) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi

yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (independent). Jika terjadi korelasi maka terdapat masalah multikolinieritas. Pedoman yang dijadikan acuan yaitu dengan melihat VIF (Variant Inflation Factor). Dapat dikatakan terjadi multikolinieritas apabila hasil VIF > 10 dan nilai Tolerance < 0,10.

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	22.328	3.595		6.210	.000		
Harga	.210	.067	.179	3.122	.002	.529	1.891
Kualitas Pelayanan	.776	.069	.646	11.267	.000	.529	1.891

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber data: diolah peneliti, 2022

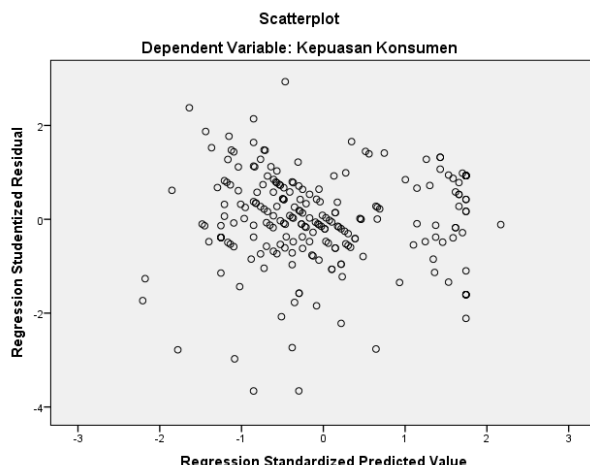
Berdasarkan tabel 4 *Coefficients a* diatas menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas yang dapat dilihat dari nilai *tolerance* > 0,10 yaitu sebesar sebesar 0,529 dan nilai *Variant Inflation Factor* (VIF) < 10 yaitu sebesar 1.891

D. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2016) Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka dapat disebut Homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas yaitu salah satunya melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPREAD dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di studentized. Untuk melakukan uji heterokedastisitas ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS IBM Statistic 21.

Adapun ketentuan-ketentuan dalam pengambilan keputusan adalah sebagai berikut: Dengan melihat ada tidaknya pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membantu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasikan telah terjadi heteroskedastisitas, dan apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan pada gambar 2 scatterplot diatas, menunjukkan bahwa titik-titik (data) menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas, serta pola tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menyatakan berarti tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi linier berganda.

E. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Arikunto, 2002) regresi berganda adalah suatu perluasan dan teknik regresi apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas mengadakan prediksi terhadap variabel terikat. analisis regresi berganda adalah analisis tentang hubungan antara satu dependent variabel dengan dua atau lebih independent variabel. Analisis ini digunakan untuk mencari nilai pengaruh harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2), terhadap kepuasan konsumen wahyu fotocopy desa karangtalun kecamatan kalidawir. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 21.00 for widows.

Analisis data permasalahan ini adalah pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Wahyu Fotocopy Desa Karangtalun Kecamatan Kalidawir.

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	22.328	3.595		6.210	.000
	Harga (X1)	.210	.067	.179	3.122	.002
	Kualitas Pelayanan (X2)	.776	.069	.646	11.267	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber data: diolah peneliti, 2022

Dari hasil uji regresi linier berganda pada tabel 4.14 Coefficients dapat dilihat bahwa diperoleh persamaan dari rumus regresi linier berganda $Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2$

x₂ (Arikunto, 2002:271), yaitu $Y = 22,328 + 0,210X_1 + 0,776X_2$ yang penjelasannya sebagai berikut:

- (a) merupakan konstanta yang besarnya 22,328 menyatakan bahwa jika variabel independent (harga dan kualitas pelayanan) sebesar 0 (nol), maka nilai variabel dependent (kepuasan konsumen) sebesar 22,328.
- (b1) merupakan koefisien regresi dari X₁ sebesar 0,210 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X₁ dengan asumsi variabel lain (X₂) dianggap konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar 0,210.
- (b2) merupakan koefisien regresi dari X₂ sebesar 0,776 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X₂ dengan asumsi variabel lain (X₁) konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar 0,776.

F. Uji Hipotesis

a) Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (*independent*) secara parsial terhadap variabel terikat (*dependent*). Untuk menguji pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara parsial signifikan atau tidak, dalam penelitian ini membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan taraf signifikan 5% (0,05) dan N sebesar 228 diperoleh t_{tabel} 1,97190. Dengan perhitungan yang digunakan sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (\text{Sugiyono, 2010})$$

Tabel 6 Hasil Uji T

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.328	3.595		6.210	.000
	Harga (X ₁)	.210	.067	.179	3.122	.002
	Kualitas Pelayanan (X ₂)	.776	.069	.646	11.267	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber data: diolah peneliti, 2022

Berdasarkan tabel diatas harga (X¹) terhadap kepuasan Konsumen (Y) memiliki nilai sig. t < alpha yaitu sebesar 0,000 < 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar 3,122 > 1,97190. Apabila signifikan t < alpha atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka nilai hipotesis nol (H₀) ditolak hipotesis alternative (H_a) diterima. Kualitas pelayanan (X²) terhadap kepuasan Konsumen (Y) memiliki nilai sig. t < alpha yaitu sebesar 0,000 < 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar 11,267 > 1,97190. Apabila signifikan t < alpha atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka nilai hipotesis nol (H₀) ditolak hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat

pengaruh yang signifikan antara harga (X^1) dan kualitas pelayanan (X^2) terhadap kepuasan konsumen (Y) Wahyu Fotocopy Desa Karangtalun Kecamatan Kalidawir .

b) Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (*independent*) yaitu harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat (*dependent*) yaitu kepuasan konsumen secara simultan. Dalam penelitian ini menggunakan perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan pembilang ($m-1$) dan penyebut ($N-m$), N (jumlah seluruh sampel) sebesar 228 dan m (jumlah variabel bebas) sebesar 2 diperoleh F_{tabel} sebesar 3,88 Dengan perhitungan sebagai berikut :

$$F_{hitung} = \frac{R^2(n-m-1)}{m.(1-R^2)} \quad (\text{Sugiyono, 2010})$$

Tabel 7 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5541.113	2	2770.556	174.864	.000 ^b
	Residual	3564.922	225	15.844		
	Total	9106.035	227			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga						

Sumber data: diolah peneliti, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa F_{hitung} (174,864) > F_{tabel} (3,88) dan tingkat signifikan 0,000 < 0,05 sehingga hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternative diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 dalam penelitian ini ditolak H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Wahyu Fotocopy Desa Karangtalun Kecamatan Kalidawir secara simultan.

G. Koefisien Determinasi

H. Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 ^a	.609	.605	3.98046
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X1)				

I. Sumber data: diolah peneliti, 2022

J.

Berdasarkan tabel diatas hal ini diketahui koefisien korelasi pada kolom R sebesar 0,780 dan nilai determinasi pada kolom Adjusted R Square sebesar 0,605 atau sebesar 61%. Hal ini menunjukkan bahwa 61% perubahan pada variabel Y dipengaruhi oleh perubahan variabel X_1 dan variabel X_2 . Sedangkan sisanya sebesar 39% (100% - 61% = 39%) dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel X_1 harga dan

X₂ kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu Promosi, Kualitas Produk, Merek, Loyalitas Pelanggan.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Dalam penelitian ini peneliti memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan jika semakin tinggi harga maka juga semakin tinggi juga kepuasan konsumen. Begitu juga sebaliknya jika semakin rendah harga maka juga akan semakin rendah juga kepuasan konsumen. Hasil penelitian mendukung teori Menurut (Lane, 2009) mengatakan bahwa harga (price) adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk. Sehingga untuk mencapai target pasar maka perusahaan akan menetapkan harga yang sesuai barang dan jasa yang diberikan konsumen. Hasil Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Asti & Ayuningtyas, 2020) "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. (Effect of Service Quality, Product Quality and Price on Consumer Satisfaction)". Berdasarkan hasil tersebut, menunjukkan : (1) ada pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan, harga, terhadap kepuasan konsumen sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Resto Oto Bento Villa Nusa Indah Uji thitung (signifikan korelasi) untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai thitung 5,953, variabel kualitas produk thitung -078 dan variabel harga thitung 4,089 (2) tabel $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai sebesar 1,664 nilai thitung variabel X₁ dan X₃ lebih besar daripada nilai tabel. (3) H₁ diterima sedangkan H₀ ditolak artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Resto Oto Bento Villa Nusa Indah, sedangkan H₁ ditolak H₀ diterima artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Resto Oto Bento Villa Nusa Indah.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Dalam penelitian ini peneliti memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan jika semakin tinggi harga maka juga semakin tinggi juga kepuasan konsumen. Begitu juga sebaliknya jika semakin rendah harga maka juga akan semakin rendah juga kepuasan konsumen. Hasil penelitian mendukung teori Menurut (Tjiptono, 2014) Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Ekspektasi konsumen dalam sebuah pemasaran jika sebuah perusahaan menerima umpan balik dari konsumen, maka terbukti bahwasanya perusahaan tersebut benar-benar memiliki kualitas dalam pelayanan yang baik dan tentu seorang konsumen akan membeli kembali. Untuk mencapai kepuasan konsumen maka perusahaan menerapkan interaksi yang baik dengan konsumen menerima sistem kritik dan saran dari konsumen. Hal ini menjadikan konsumen akan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu (Susanto, 2021) "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Fotocopy Dwiyan Di Sampit". Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa, (1) Terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan hasil uji t variabel kualitas pelayanan (X₁) lebih besar dari ttabel 3,863 > 1,994 dan tingkat signifikan sebesar 0,000 < 0,05, maka H₀ ditolak H_a diterima. (2) Terdapat pengaruh antara variabel kelengkapan

produk terhadap kepuasan konsumen dengan hasil uji t tabel $4,225 > 1,994$ dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. (3) Hasil uji f yaitu nilai f hitung $242,470 > f_{tabel} 3,13$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. (4) hasil uji regresi linier berganda $Y = 1,565 + 0,247X_1 + 0,342X_2 + e$ artinya nilai α ini menunjukkan bahwa apabila tidak ada kenaikan dari variabel kualitas pelayanan dan kelengkapan produk maka nilai kepuasan konsumen adalah 1,565 dan nilai koefisien variabel kualitas pelayanan 0,247.

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis data bahwa $F_{hitung} (174,864) > F_{tabel} (3,88)$, dengan demikian H_0 dalam penelitian ini ditolak H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan jika semakin tinggi harga dan kualitas pelayanan maka juga semakin tinggi juga kepuasan konsumen. Begitu juga sebaliknya jika semakin rendah harga dan kualitas pelayanan maka juga akan semakin rendah juga kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil uji hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen wahyu fotocopy desa karangtalun kecamatan kalidawir.
- 2) Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen wahyu fotocopy desa karangtalun kecamatan kalidawir.
- 3) Secara simultan terdapat ada pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Wahyu Fotocopy Desa Karangtalun Kecamatan Kalidawir.
- 4) Koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,605 atau sebesar 61%. Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini 61% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel harga dan variabel kualitas pelayanan sedangkan sisanya 39% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini Promosi, Kualitas Produk, Merek, Loyalitas Pelanggan.

Saran

Saran yang dapat diberikan adalah, memberikan penetapan harga, memberikan pengarahan tentang menjaga kualitas dalam melayani konsumen, memprioritaskan konsumen, dan untuk peneliti selanjutnya diharapkan dengan menambah variabel lain seperti kelengkapan produk, kualitas produk yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arikunto, P. D. S. (2002). *Prosedur Penelitian (Edisi Revi)*.
- [2] Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- [3] Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi terhadap keputusan. *Ilmu Amnajemen Dan Kewirusahaan*, 1(10.46306), 136. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1>
- [4] Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8) Cetakan ke VIII*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [5] Hartini S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap di Hotel Sakura Palangka Raya. *Al – Ulum Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(1), 404–418.

- [6] Istiatin, E. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo. *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta*, 13(01), 115736.
- [7] Lane, P. K. & K. (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi 12)*.
- [8] Mariansyah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- [9] Philip Kotler. (1997). *Manajemen Pemasaran (Marketing Management, 9 e) Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol (A. Widyantoro (ed.); Edisi Revi)*.
- [10] Rewoldt, P. S. H., Scot, P. J. D., & Warshaw, P. M. R. (1991). *Strategi Harga Dalam Pemasaran (Cetakan ke)*.
- [11] Samsurijal Hasan. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Sistem Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Meubel Sebagai Produk Tersier Dalam Upaya Bersaing Dengan E *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 111–120. <http://repository.universitaspahlawan.ac.id/id/eprint/9%0Ahttp://repository.universitaspahlawan.ac.id/9/4/2020> JN PENGARUH KUALITAS PRODUK%2C HARGA%2C DAN SISTEM.pdf
- [12] Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- [13] Sugiyono, P. D. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D) (Cetakan ke)*.
- [14] Susanto, H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Foto Copy Dwiyan Di Sampit. *Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1 (I), 67. <http://www.jurnalprofit.org/index.php/profit/article/view/134>
- [15] Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian) (Ed I)*.