Pengaruh harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes

Sri Rahayu
yayuk_srica@yahoo.com
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggalia, Brebes, Indonesia

ABSTRACT

This research takes the title "The Effect of Price and Service on Customer Satisfaction at PT. Customer Satisfaction at PT Intiniaga Tunas Sejahtera in Brebes". The problem formulations in this study are:
1. Is there a significant partial influence between price and service on customer satisfaction at PT Intiniaga Tunas Sejahtera in Brebes?
2. Is there a simultaneous significant influence between price and service on customer satisfaction at PT. Intiniaga Tunas Sejahtera in Brebes?
3. What is the most dominant variable on customer satisfaction at Intiniaga Tunas Sejahtera in Brebes? The objectives of this study are:
1. To find out the significant effect partially between price and service on customer satisfaction at PT. Itiniaga Tunas Sejahtera in Brebes.
2. To determine the simultaneous significant effect between price and service on customer satisfaction at PT. Itiniaga Tunas Sejahtera in Brebes.
3. To find out which variable is the most dominant between price and service on customer satisfaction at PT. Itiniaga Tunas Sejahtera in Brebes. The hypothesis proposed is as follows:
1. There is a partially significant influence between price and service on customer satisfaction at PT. Intiniaga Tunas Sejahtera in Brebes.
2. There is a simultaneous significant influence between price and service on customer satisfaction at PT. Intiniaga Tunas Sejahtera in Brebes
3. The price variable that has the most dominant effect on customer satisfaction at PT. Intiniaga Tunas Sejahtera in Brebes Using descriptive research methods with a quantitative approach at PT Intiniaga Tunas Sejahtera in Brebes, data collection methods in the form of questionnaires and documentation. In testing the hypothesis used normality test tools, multicollinearity, heteroscedasticity, multiple linear regression analysis, with T test and F test. From the results of the analysis, conclusions can be drawn:
1. Price and service partially have a significant effect on customer satisfaction at PT Intiniaga Tunas Sejahtera in Brebes.
2. Price and service simultaneously have a significant effect on customer satisfaction at PT. Intiniaga Tunas Sejahtera in Brebes
3. Service variables have the most dominant effect on customer satisfaction at PT. Intiniaga Tunas Sejahtera in Brebes

Keywords: Price, Service, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes”.
Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga dan pela- yanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes?

2. Apakah ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga dan pe- layanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes?
3. Variabel apakah yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes? Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Itiniaga Tunas Sejahtera di Brebes.
2. Untuk mengetahui pengaruh yang singnifikan secara simultan antara harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Itiniaga Tunas Se- jahtera di Brebes.
3. Untuk mengetahui variabel mana yang paling domonan antara harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Itiniaga Tunas Sejahtera di Brebes

Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga dan pelayanan ter- hadap kepuasan pelanggan pada PT. Intiniaga Tunas Sejahtera di Brebes
2. Ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Intiniaga Tunas Sejahtera di Brebes
3. Vatiabel harga yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Intiniaga Tunas Sejahtera di Brebes

Menggunakan metode peneltian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif di PT. Intiniaga Tunas sejahtera di Brebes, metode pengumpulan data berupa kuesioner dan dokumentasi. Dalam dalam menguji hipotesis dugunakan alat uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, dengan uji T dan uji F.

Dari hasil analisis dapat diambil kesimpulan:

1. Harga dan pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepua- san pelanggan pada PT. Intiniaga Tunas Sejahtera di Brebes.
2. Harga dan Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Intiniaga Tunas Sejahtera di Brebes
3. Variabel pelayanan berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelang gan pada PT. Intiniaga Tunas Sejahtera di Brebes

Kata Kunci : Harga, Pelayanan, Kepuasn Pelanggan

A. Latar Belakang

Perekonomian di Indonesia telah berkembang ke arah yang lebih baik. Hal ini dapat dilihat dengan berkembangnya bisnis produk rumah tangga, dimana semakin banyak perusahaan yang berlomba-lomba mengembangkan usaha mereka. Salah satu perusahaan yang mengembangkan usahanya adalah PT. In tiniaga Tunas Sejahtera yang bergelut dibidang distributor produk rumah tangga. Banyak perusahaan yang sejenis bermunculan mengakibatkan persaingan menjadi semakin kuat, maka dari itu perusahaan harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan yang baik agar usaha yang didirikan dapat berkembang.

Dalam menjalankan suatu usaha perusahaan harus selalu mengamati serta memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka pelanggan akan mem- berikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran. Saat pelanggan membeli suatu produk rumah tangga mereka tidak hanya melihat kualitas saja tetapi mereka juga akan melihat seperti apa harga yang ditawarkankepada mereka, Ketika harga yang ditawarkan sesuai dengan yang mereka ingin kan bahkan melebihi ekspetasi mereka maka hal tersebut mampu memberikan rasa puas dan senang yang dapat dirasakan oleh pelanggan.

Harga merupakan hal yang penting dalam melakukan penjualan, harga yang ditetapkan harus sesuatu dengan perekonomian pelanggan agar pelanggan dapat membeli produk tersebut. Menurut Tjiptono dan Candra dalam Priansa (2017:209) mengatakan bahwa Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produ tersebut.

Selain harga faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah pelayanan. Pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian pelanggan, terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service)*. Yang ditentukan akan meningkatkan pendapatan yang diterima dari produk yang telah terjual. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas.

Menurut Priansa (2017:197) mengatakan bahwa Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki oleh seseorang berdasarkan per- bandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen. Jika baarang dan jasa yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen tersebut puas, begitupun juga sebaliknya.

Salah satu perusahaan yang mengalami ketatnya persaingan adalah PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Brebes yang mendistributorkan produk rumah tangga dengan menggunakan sistem penjualan sales motoris yang memusatkan penjualan mereka di toko-toko dan warung dikota brebes. oleh karena itu penulis tertarik tertarik melakukan penelitian pada PT. Intiniaga Tunas Sejahtera di- brebes.

PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Brebes menawarkan konsep yang berbeda yaitu sales motoris untuk menjangkau pelanggan kelas menegah ke bawah yaitu dengan cara pesan antar ke setiap toko-toko yang berada dicakupan wilayah brebes.

PT. Intiniaga Tunas Sejahtera menawarkan produk *food* maupun non *food* untuk produk *food* seperti Mie Sedap, TOP coffee, Minuman kemasan dan lain sebagainya. sedangkan untuk non *food* seperti deterjen, sanitaizer, sabun, pewangi pakaian dan lain sebagainya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis mengambil penelitian dengan judul "pengaruh harga dan pelayan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes"

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang jadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga dan pela- yanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga dan pe- layanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes?
3. Variabel apakah yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes
2. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes
3. Untuk mengetahui variabel mana yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes

D. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti membatasi permasalahan yang ada agar tidak terlalu luas dan menyimpang, serta lebih memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Ada banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (variabel depedent) dalam menggunakan jasa sales motoris PT. In- tiniaga Tunas Sejahtera DiBrebes, namun peneliti membatasi pada faktor harga dan pelayanan sebagai variabel bebasnya (variabel independent).

E. Tinjauan Pustaka

a. Pengertian Harga

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Krisdayanto (2018:3) Harga ada- lah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang kon- sumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Menurut Kotler dan Amstrong dalam Kris- dayanto (2018:3) Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Menurut Tjiptono dan Candra dalam Priansa (2017:209) mengatakan bahwa Harga merupakan ba- gian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Tingkat harga yang ditetapkan akan mempengaruhi kuantitas yang terjual, secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena itu penempatan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategi penetapan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan.

2. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan (*costomer service)* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditunjukan untuk memberikan kepuasan terhadap

pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam kamus besar bahasa indonesia dijelaskan bahwa pela- yanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan me- layani yaitu membantu menyiapkan (membantu menyiapkan yang dibutuh- kan seseorang). Pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyara- kat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain.

Menurut R.A Supriyono pelayanan adalah kegiatan yang diselenggara- kan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan men- imbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka kon- sumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Sedangkan devinisi yang lain menyatakan bahwa pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Selanjutnya Munir juga mengatakan pelayanan umum adalah kegiatan yang oleh seseorang (sekelompok orang) dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode dalam rangka usaha memenuhi kepent- ingan orang lain sesuai dengan haknya. Munir mengemukakan bahwa pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar baik dalam waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi, dan mengevaluasi kegiatan pelayanan agar hasil akhir memuas- kan pada pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan. Menurut Kotler dan Hendro dan

Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan

Dzikra (2020) menyatakan bahwa kepuasan didefinisikan sebagai evaluasi setelah pembelian hasil dari perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja sesungguhnya dan Putri (2020) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa pelanggan yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan, sedangkan Armaniah (2019) menyatakanbahwa kepuasan adalah sebagai suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh pelanggan pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan atau mengkonsumsi produk/jasa.

Utomo dan Riswanto (2019) menyatakan bahwa kepuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/disconfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya, pendapat lain dari Gunawan (2019) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah eval- uasi konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang dinilai sesuai atau telah memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Sholeha (2018) menyatakan bahwa kepuasan adalah kontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti ter- ciptanya loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, berku- rangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatkan efisiensi dan produktifitas karyawan.

F. Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono (2019:99), adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dan didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga dan pelayanan ter- hadap kepuasan pelanggan pada PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes
2. Ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes
3. Variabel harga yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes

G. Metode Penelitian Dan Analisis Data

1. Jenis Penelitian

jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuanti- tatif. Metode kuantitatif adalah data dalam penelitian berupa angka-angka dan menggunakan analisis statistik dan kemudian di jelaskan dan di intepretasikan dalam suatu uraian.

2. Jenis Sumber Data

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari perusahaan atau data yang terjadi dilapangan penelitian yang diperoleh dengan teknik dokumen- tasi serta langsung dari Narasumber dengan menggunakan wawancara ter- struktur kemudian diolah oleh penulis. Data primer pada penelitian ini ada- lah hasil pengisian angket atau kuesioner yang diisi oleh pelanggan.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai literatur, karya ilmiah dan dokumen dokumen yang berhubungan dengan penelitian.

a. Uji validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan responden sebanyak 100 responden. Dalam pengujian ini koefisien kritis (r_{tabel} N = 100) adalah diatas 0,165. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai $r_{tabel.}$ Jika r_{hitung} (untuk r tiap butir pernyataan terhadap skor total) lebih besar dari nilai r_{tabel} maka butir/pernyataan tersebut dikatakan valid.

1) Perhitungan uji validitas harga (X1)

Uji ini dilakukan pada variabel harga (X1). Setelah melalui proses pengolahan data maka uji validitas terhadap pernyataan- pernyataan dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.6 Uji Validitas X1

No	r hitung	r tabel	Kererangan
1	0,818	0,165	valid
2	0,944	0,165	valid
3	0,863	0,165	valid
4	0,852	0,165	valid
5	0,944	0,165	valid
6	0,812	0,165	valid
7	0,944	0,165	valid

Sumber : Uji Valididtas SPSS 26

Seperti telah dikemukakan diatas bahwa, bila korelasi koefisien korelasi kritis (r_{tabel} = 0,5) atau lebih maka butir instrumen dinyatakan valid. Dari uji validitas tersebut ternyata koefisien korelasi semua butir dengan skor total diatas 0,5, sehingga semua butir instrumen pernyataan yang berhubungan harga (X1) dinyatakan valid.

2) Perhitungan validitas item untuk variabel pelayanan (X_2)

Uji ini dilakukan pada variabel pelayanan (X2). Setelah melalui

proses pengolahan data maka uji validitas terhadap pernyataan-pernyataan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4,7 Uji Validitas X2

No	r hitung	r tabel	Kererangan
1	0,793	0,165	valid
2	0,790	0,165	valid
3	0,753	0,165	valid
4	0,753	0,165	valid
5	0,751	0,165	valid
6	0,589	0,165	valid
7	0,572	0,165	valid
8	0,447	0,165	valid

Sumber : Uji Validitas X2 Dengan SPSS 26

Seperti telah dikemukakan diatas bahwa, bila korelasi koefisien korelasi kritis (r_{tabel} = 0,5) atau lebih maka butir instrumen dinyatakan valid. Dari uji validitas tersebut ternyata koefisien korelasi semua butir dengan skor total diatas 0,5, sehingga semua butir instrumen pernyataan yang berhubungan pelayanan (X2) dinyatakan valid.

3) Perhitungan validitas item untuk variabel kepuasan pelanggan (Y)

Uji ini dilakukan pada variabel kepuasan pelanggan (Y). Setelah melalui proses pengolahan data maka uji validitas terhadap pernyataan-pernyataan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Uji Validitas Y

no	r hitung	r tabel	kererangan
1	0,795	0,165	valid
2	0,760	0,165	valid
3	0,815	0,165	valid
4	0,644	0,165	valid
5	0,573	0,165	valid

Sumber : Uji Validitas Y SPSS 26

Seperti telah dikemukakan diatas bahwa, bila korelasi koefisien korelasi kritis (r_{tabel} = 0,5) atau lebih maka butir instrumen dinyatakan valid. Dari uji validitas tersebut ternyata koefisien korelasi semua butir dengan skor total diatas 0,5 , sehingga semua butir instrumen pernyataan yang berhubungan kepuasan pelanggan (Y) dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Dalam pengujian ini dilakukan one shot atau pengukuran sekali saja. Suatu variabel dinyatakan riliabel jika nilai *cronbach alpha* (α) lebih besar sama dengan r_{tabel} 0,165. Hasil uji reliabilitas pernyataan tentang variabel-variabel penelitian dapat diringkas sebagaimana yang tersaji dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.9 Uji Reliabilitas

Variabel	α	rtabel	keterangan
harga (x1)	0,953	0,165	Reliabel
pelayanan (x2)	0,836	0,165	Reliabel
kepuasan pelanggan (Y)	0,761	0,165	Reliabel

Sumber : Uji Reliabilitas SPSS 26

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalamtabel diatas dapat diketahui nilai koefisien *cronbact alpha* pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari r_{tabel}. Dilihat dari tabel di atas maka semua variabel penelitian ini dinyatakan reliabel.

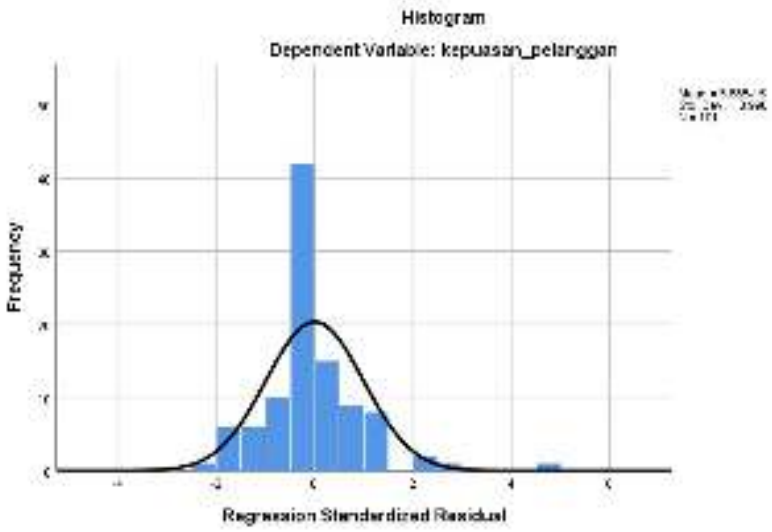
c. Uji Asumsi klasik

Uji asumsi klasik telah dilakukan dalam penelitian ini untuk menguji apakah data memenuhi asumsi klasik. Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas yang secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel penggangu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Berikut ini adalah hasil iji normalis dengan menggunakan grafik histogram:

Gambar 4.2 Histogram Uji Normalitas



Sumber Uji Asumsi Klasik Normalitas SPSS 26

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa grafik histogram menunjukan pola data terdistribusi secara normal, karena kurva pada grafik histrogram memiliki bentuk lonceng.

Pada grafik normal *p-plot of regression standardized residual* terlihat titik-titik menyebar disebagian garis diagonal dan mengkuti pola garis diagonal, ini menunjukan pola distribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah modal regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas (*independent)*. Model regrsi yang baik seharusnya tidak

terjadi kolerasi di antara variabel *independent*. Muktikolonierias dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukan adanya muktikolonieritas adalah nilai *tolerance* ≥ 0,010 atau sama dengan nilai VIF ≤ 10 (Ghozali, 2016:103-104).

Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas

coefficients[a]			
Model		collinearity statistics	
		tolerance	VIF
1	Harga	0,634	1,578
	pelayanan	0,634	1,578
a. Dependen Variabel: kepuasan pelanggan			

Sumber: Uji Multikolinieritas SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas hasil uji multikolonieritas di atas menunjukan semua variabel yang digunakan memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10 sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penetilian ini tidak terdapat gejala multikolonieritas dalam regresi yang digunakan.

3) Uji Heteroskedastisitas

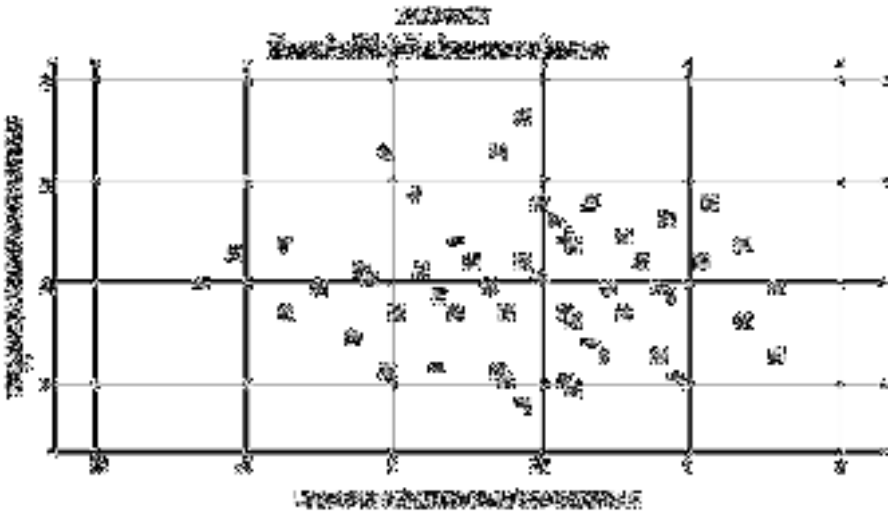
Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual atau pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah model regresi yang memenuhi syarat heteroskedastisitas dan dalam penelitian metode yang digunakan untuk menguji menggunakan grafik *scatterplot* dan analisanya adalah sebagai berikut:

a) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka keadaan demikian mengidentifikasikan adanya gejala heteroskedastisitas.

b) Jika tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan bawah angka 0 pada sumbu y, maka keadaan demikian tidak terjadi heteroskedastisitas

Gambar 4.4 Sccatteplot



Sumber: Uji Heteroskedastisitas SPSS26

Dilihat pada tabel diatas yaitu tabel *scatterplot* maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Analisis regresi Linier Berganda

Data-data yang telah diperoleh kemudian di analisis dengan metode regresi dan dihitung menggunakan program spss versi 26. Berikut adalah output kedua variabel *independent* yaitu harga (X_1) dan pelayanan(X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang disajikan dalam tabel sebagai berikut:

tabel 4.11 Uji Analisis Linier Bergada

coefficient[s]				
model		unstandardized cooffucients		standardized coefficients
		B	std. error	beta
1	(constant)	-0,134	0,594	
	harga	0,04	0,019	0,073
	pelayanan	0,596	0,022	0,919
a. dependent variable: kepuasan pelanggan				

Sumber Uji Analsis Linier Berganda SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel *independnt* secara parsial (individual) terhadap variabel *dependent* adalah dengan memperhatikan nilai koefisien konstanta adalah sebesar 0,134. Koefisien variabel harga (X_1) adalah 0,040, dan koefisien variabel pelayanan adalah 0,594. Berdasarkan tabel diatas maka model regrsi dalam penelitian ini adalah: **Kepuasan pelanggan = 0,134+ 0,040 x1 + 0,594 x2 + e**

Hasil persamaan regresi berganda tersebut memberikan pengertian bahwa harga(X_1), dan pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan(Y). nilai konstanta dalam persamaan regresi diatas adalah 0,134, artinya jika variabel harga (X_1), dan pelayanan (X_2) adalah 0 atau tidak ada, maka kepuasan pelangan (Y) akan berkurang sebesar 0,134 satuan.

1) Koefisien regresi variabel harga (X_1) sebesar 0,040. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang positif harga terhadap kepuasan pelanggan PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes dengan asumsi variabel yang lain tetap. Artinya jika ada kenaikan harga 1 satuan maka kepuasan pelanggan(Y) akan naik sebesar 0,040 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

2) Koefisien regresi variabel pelayanan (X_2) sebesar 0,594. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang positif pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes dengan asumsi variabel yang lain tetap. Artinya jika ada kenaikan pelayanan 1 satuan maka kepuasan pelanggan (Y) akan naik sebesar 0,594 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

e. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan model analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda. Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui kekuatan hubungan dari variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terkait (*dependent*).

1) Uji T (parsial)

Uji T dilakukan untuk menguji signifikasi variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Apakah dari masing- masing variabel *independent* yaitu harga dan pelayanan mempunyai pengaruh secara individual terhadap variabel *dependent* kepuasan pelanggan. Adapun penerimaan dan penolakan hipotesis dilakukan dengan kreteria, jika nilai signifikan $t_{statistik} > 0,05$ maka h_0 diterima, artinya suatu variabel *independent* secara individual tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent*. Sebaliknya, jika nilai signifikasi $t_{statistik} < 0,05$ maka h_0 ditolak, artinya suatu variabel *independent* secara individual berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent*. Berdasarkan uji analisis regresi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.12 Uji Parsial

coefficients			
modal		t	sig.
1	(constant)	8,099	0
	harga	8,005	0
	pelayanan	35,380	0
a. dependent variable: kepuasan pelangan			

Sumber : Uji Parsial SPSS 24

a) Pengaruh harga (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Diperoleh t_{hitung} pada variabel harga sebesar 8,005.

Besarnya nilai t_{tabel} untuk taraf signifikan 5%, $t_{tabel} = t$ (a/2: n-k-1 = 1,985: 97). Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka h_0 ditolak, sehingga t_{hitung} 8,005 lebih besar dari t_{tabel} 1,985 dan nilai signifikan < 0,05 yaitu pada variabel harga sebesar 0,000 dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X1) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Dari hasil pengujian hipotesis 1 yang berbunyi "Adanya pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes" adalah **diterima**.

b) Pengaruh pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Diperoleh t_{hitung} pada variabel harga sebesar 35,380. Besarnya nilai t_{tabel} untuk taraf signifikan 5%, $t_{tabel} = t$ (a/2: n-k-1 = 1,985: 97). Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka h_0 ditolak, sehingga t_{hitung} 35,380 lebih besar dari t_{tabel} 1,985 dan nilai signifikan < 0,05 yaitu pada variabel harga sebesar 0,000 dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan (X2) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Dari hasil pengujian hipotesis 2 yang berbunyu "Adanya pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes" adalah **diterima.**

2) Uji F (simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel *independent* atau bebas yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *dependent* atau terikat. Untuk mengetahui adanya pengaruh secara simultan dengan tingkat signifikan 5% atau 0,05. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau jika nilai signifikan < 0,05. Berikut adalah

tabel hasil uji secara simultan:

Tabel 4.13 Uji F (simultan)

ANOVA a						
model		sum of squares	df	mean square	f	sig.
1	regression	666,369	2	333,185	651,713	,000b
	residual	46,591	97	0,511		
	total	715,96	99			
a. dependent variable: kepuasan pelanggan						
b. predictir: (constant), harga, pelayanan						

Sumber Uji F SPSS 26

Berdasrkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh sebesar 333,713 sehungga nilai F_{tabel} sebesar 3,090 (k = 2, n-1 = 99-2), maka dapat diketahui nilai F_{hitung} 333,713 > F_{tabel} 3,090 dengan tingkat signifikan yang diperoleh 0,000 < 0,05, maka ha diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X_1) dan pelayanan (X_2) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Dari hasil pengujian hipotesis yang ke 2 berbunyi "terdapat pengaruh harga dan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes" adalah **diterima**.

f. Koefisien Determinasi Koefisien determinasi bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan variabel *independent* dalam menjelaskan variasi variabel *dependent.* Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan 1. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel *independent* memberikan hapir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependent.*

Tabel 4.14 uji koefisien determinasi

model summary[b]				
Model	R	R square	Adjusted R Square	Std. error of the Estimate
1	,965[a]	,931	,929	,715
a. predictor: (Constant), harga, pelayanan				
b. Dependent variable: kepuasan pelanggan				

Sumber : Uji Koefisien Determinasi SPSS 26

Berdasarkan tabel *model summary* di atas dapat diketahui bahwa nilai *R Square* adalah 0,931. Nilai ini dapat diintepretasikan

bahwa hubungan ketiga variabel penelitian berada pada kategori sangat kuat. Melalui tabel diatas juga diperoleh nilai *R Square* atau koefisien determinasi (KD) yang menunjukan seberapa bagus model regresi yang dibentuk oleh interaksi variabel bebas dan variabel terikat. Nilai KD yang diperoleh adalah 93,1% kebermaknaan dari nilai tersebut memiliki implikasi bahwa variabel harga dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes 93,1% dan sisanya 6,9% dipengaruhi variabel-variabel lain diluar model yang tidak dimasukan dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

Penelitian ini menggunakan variabel harga dan pelayanan sebagai variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga (X_1) dan pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan di PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes. Sehingga pada pembahasan berikut dipaparkan berdasarkan rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian seperti yang telah diuraikan di bab pendahuluan.

1. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes.

Hasil dari penelitian diperoleh nilai t_{hitung} pada variabel harga sebesar 8,005dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Besar nialai t_{tabel} untuk taraf signifikan 5% yaitu 1,985, jadi t_{hitung} > t_{tabel} dan nilai signifikan 0.000 < 0.05.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa harga yang ditawarkan sudah tepat kepada pelanggan PT. Initinaga Tunas Sejahtera Di Brebes. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa bagaimanapun seoarang calon pelanggan akan mempertimbangkan seberapa besar uang yang akan dikeluarkan dengan kebutuhan dan kepuasan atas produk yang dibelinya. Pertimbangan harga yang relatif murah untuk mendapatkan barang diinginkan sebagaimana yang diharapkan nampaknya sangat menjadi pertimbangan pelanggan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil nilai yang dilakuka oleh (Rini Dianti Fauzi,2022), hasil penelitian membuktikan terdapat pengaruh dan signifikan variabel harga terhadap kepuasan pelanggan.

Implikasi praktisnya, kepuasan pelanggan PT. Initinaga Tunas Sejahtera Di Brebes akan baik atau meningkat jika harga yang diberikan lebih bersahabat lagi kepada pelanggan supaya pelangan puas dan nyaman.

2. Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Initinaga Tuna Sejahtera Di Brebes. Hasil dari penelitian diperoleh nilai t_{hitung} pada variabel harga sebesar 35,380 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Besar nialai t_{tabel} untuk taraf signifikan 5% yaitu 1,985, jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $0.000 < 0.05$.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan, respon yang cepat dan tangggap atas segala keluhan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan yang dirasakan oleh pelanggan PT. Initinaga Tunas Sejahtera Di Brebes. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil nilai yang dilakukan oleh (Muhamad Jumhari,2022) hasil penelitian membuktikan terdapat pengaruh dan signifikan variabel pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Implikasi praktisnya, kepuasan pelanggan PT. Initinaga Tunas Sejahtera Di Brebes akan baik atau meningkat jika pelayanan yang diberikan lebih memuaskan lagi kepada pelanggan supaya pelanggan puas dan nyaman.

3. Pengaruh harga dan pelayanan secara simultan tehadap kepuasan pelanggan PT. Initinaga Tunas Sejahtera Di Brebes. Hasil dari penelitian yang diperoleh nilai F_{hitung} pada variabel harga dan pelayanan sebesar 651,713 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Besarnya nilai F_{tabel} ntuk taraf signifikan 5% yaitu 3,090, jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikasi $0,000 < 0,05$.Dalam hal ini harga dan pelayanan mempunyai hubungan yang kuat terhadap kepuasan. Hasil uji ini memiliki arti bahwa semakin terjangkau haga yang diberikan PT. Intiniaga Tunas Sejahtera serta pelayanan yang memuaskan maka semakin menigkatkan kepuasan terhadap pelanggan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil nilai yang dilakukan oleh oleh (Willem J.F.A. Tumbuan, David R. G. Palelu Rotinsulu J. Jorie,2022) hasil penelitian membuktikan terdapat pengaruh dan signifikan secara simultan variabel harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Implikasi praktisnya, kepuasan pelanggan PT. Intiniaga Tunas Sejahtera Di Brebes akan baik atau meningkat jika memberikan harga yang terjangkau dan lebih murah dari kompetitor untuk pelanggan PT. Intiniaga Tunas Sejahtera di Brebes, serta meningakatkan pelayanan secara optimal dan lebih memperhatikan pelanggan kepada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Alfika, M. (2022). ***Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Keputusan Pembelian Sabun Cair Merek Lux (Studi Kasus pada Warga Kelurahan Semper Timur Jakarta Utara)*** (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).

Apriyani, D. A., & Sunarti, S. (2017). ***Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*** *(Survei Pada Konsumen the Little a Coffee Shop Sidoarjo)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).

Apriyani, D. A., & Sunarti, S. (2017). ***Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*** *(Survei Pada Konsumen the Little a Coffee Shop Sidoarjo)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).

Armaniah, H., Marthanti, A. S., & Yusuf, F. (2019). ***Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahass Honda Tangerang***. *Penelitian Ilmu Manajemen*, *2*(2), 2614-3747.

Armaniah, H., Marthanti, A. S., & Yusuf, F. (2019). ***Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahass Honda Tangerang***. *Penelitian Ilmu Manajemen*, *2*(2), 2614-3747.

Armaniah, H., Marthanti, A. S., & Yusuf, F. (2019***). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahass Honda Tangerang***. *Penelitian Ilmu Manajemen*, *2*(2), 2614-3747.

Armaniah, H., Marthanti, A. S., & Yusuf, F. (2019). ***Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahass Honda Tangerang***. *Penelitian Ilmu Manajemen*, *2*(2), 2614-3747.

Assauri, S. (2018). Manajemen bisnis pemasaran.

Ayuni, R., & Permatasari, S. (2022). ***Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Donkent Cafe Bengkulu***. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, *1*(4), 495-489.

Dzikra, F. M. (2020). ***Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil UD. Sari Motor Di Pekanbaru***. *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, *11*(3), 262-267.

Dzikra, F. M. (2020). ***Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil UD. Sari Motor Di Pekanbaru***. *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, *11*(3), 262-267.

Dzikra, F. M. (2020). ***Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil UD. Sari Motor Di Pekanbaru***. *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, *11*(3), 262-267.

Faishol, A. (2019). ***Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Distro Truelofty Di Lumajang.***

Gunawan, E., Sebastian, G. O., & Harianto, A. (2019). ***Analisa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan menginap di empat virtual hotel operator di Surabaya.*** *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, *2*(2), 145-153.

Gunawan, E., Sebastian, G. O., & Harianto, A. (2019). ***Analisa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan menginap di empat virtual hotel operator di Surabaya.*** *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, *2*(2), 145-153.

Harahap, K. A. E. (2014). ***Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pengunjung di Museum Ronggowarsito Semarang.***

Iqbal Krisdayanto, Andi Tri Haryono, Edward Gagah. 2018. "***Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di I Cafe Lina Putra Net Bandungan".*** Jurnal Of Management. Vol.4, No.4, Hal.1-15.

Kotler, P., & Kevin, L. Keller. 2017. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. PT. INDEX, Indonesia.

Mahendri, W., & Munir, A. F. (2021). ***Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan*** (Studi Pada Jasa Transportasi Gojek Online Di Sidoarjo). *Margin Eco*, *5*(2), 11-17.

MANENGAL, F. D., KIYAI, B., & PALAR, N. (2022). ***Kinerja Tenaga Medis Dalam Melayani Pasien Ruang Kelas Iii Rumah Sakit Budi Setia Langowan Kabupaten Minahasa.*** *JURNAL ADMINISTRASI PUBLIK*, *8*(114).

Marcelino, K. (2020). ***Pengaruh Citra Merek, Faktor Emosional Pelanggan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Coffee Shop Kopi Wolu G-Walk di Surabaya*** (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).

Nawangasari, S., & Putri, N. D. (2020). ***Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bni Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening.*** *Jurnal Ilmiah Matrik*, *22*(1), 55-63.

Putri, B. N., & Septriana, I. (2020). ***Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Badan dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakannya Melalui Pemeriksa Pajak, Kesadaran dan Kualitas Pelayanan pada KPP Pratama Semarang Barat***. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, *5*(1), 1-15.

Sabilla, T. (2022). ***Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Kopi Tuku Jakarta)*** **(Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).**

Saputra, S., & Apriliani, A. S. (2022). ***Pengaruh kualitas pelayanan post service follow up (psfu) terhadap kepuasan pelanggan di pt. Astra international tbk-toyota sales operation (tso) auto2000 cabang pasteur kota bandung.*** *Pro Mark*, *12*(2).

Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). ***Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di ahass sumber jaya maha sakti kecamatan rogojampi kabupaten banyuwangi.*** *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, *12*(1), 15-25.

Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). ***Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di ahass sumber jaya maha sakti kecamatan rogojampi kabupaten banyuwangi.*** *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, *12*(1), 15-25.

Supriyono, R. A. (2018). *Akuntansi keperilakuan*. Ugm Press.

Surbakti, A. (2022). ***Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah pada Perusahaan Asuransi***. *SKYLANDSEA PROFESIONAL Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Teknologi*, *2*(2), 215-220.

Utomo, S. B., & Riswanto, I. (2019). ***Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahass Gumilang Motor Rajagaluh Kabupaten Majalengka***. *Syntax*, *1*(6).

Utomo, S. B., & Riswanto, I. (2019***). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahass Gumilang Motor Rajagaluh Kabupaten Majalengka.*** *Syntax*, *1*(6).

Yuwono, H., & Yuwana, S. (2017). ***Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Di Malang***. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, *2*(1), 331-346.