

Jejak Artikel:

Unggah: 28 Juli 2022;
Revisi: 20 Agustus 2022;
Diterima: 3 September 2022;
Tersedia Online: 10 April 2023

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Extra Qilo Laundry Kiloan di Kota Batam

Nelli Riama Manullang¹, Heryenzus²

^{1,2}Universitas Putera Batam

pb180910189@upbatam.ac.id

Bisnis Laundry adalah salah satu organisasi yang bergerak di bidang jasa dan saat ini tersebar luas secara lokal, pelayanan yang diberikan ialah mencuci, menyetrika, dan *dry cleaning*. Kepuasan pelanggan adalah tingkat pelayanan atau kualitas produk. Faktor kepuasan pelanggan yaitu, ada perbedaan harga dan kualitas pelayanan. Penelitian ini bermaksud untuk memutuskan bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Extra Qilo Laundry Kiloan Di Kota Batam. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, populasi berasal dari pelanggan Extra Qilo Laundry Kiloan Di Kota Batam. Adapun pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*, sampel yang diambil peneliti adalah 100 responden. Dalam pengumpulan informasi peneliti menyebarkan kuesioner dengan mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden. Teknik analisis dilakukan dengan metode analisis regresi berganda, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi, Uji t dan Uji f dengan pengolahan data menggunakan SPSS versi 25. Analisis hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung $9,194 > t$ tabel $1,984$. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan F hitung $109,834$ lebih besar F tabel $3,09$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan, Pelanggan.

Pendahuluan

Di zaman era globalisasi berkembang sangat pesat, perkembangan bisnis yang meningkat dan persaingan semakin ketat membuat para pengusaha menentukan strategi dalam melancar dan mempertahankan usahanya. Dalam usaha laundry berkembang suatu pemikiran pengusaha melihat Batam adalah Kota industri dan sebagian besar tenaga kerja disibukkan hingga pulang larut malam dan tidak memiliki banyak waktu untuk mengerjakan pekerjaan dirumah, khususnya dalam mencuci pakaian mereka, ini menjadi kebutuhan bagi jasa laundry di Kota Batam secara bertahap. Extra Qilo Laundry Kiloan menyediakan jasa mencuci dan setrika pakaian, boneka, selimut, karpet, dan lain-lain. Kepuasan pelanggan adalah tingkat pelayanan atau kualitas produk. Kepuasan pelanggan adalah konsekuensi nyata dari pembeli dari presentasi suatu perusahaan yang sesuai dengan keinginan mereka (Rahayu, 2019).

¹Coressponden: Nelli Riama Manullang. Universitas Putera Batam. Jalan R. Soeprapto Muka Kuning, Kibing, Kec. Batu Aji, Kota Batam, Kepulauan Riau 29434. Pb180910189@upbatam.ac.id

Extra Qilo Laundry Kiloan membuat strategi dalam bisnisnya dengan memaksimalkan mencari pelanggan. Namun tidak sesuai yang diharapkan, banyak pelanggannya mengeluh karena pelayanan di berikan tidak baik terbukti pada tahun 2021 terdapat 3 kasus pakaian pelanggan tercampur dengan pakaian pelanggan lain, 4 kasus kerusakan atau luntur pakaian pelanggan, 3 kasus kehilangan pakaian pelanggan, 3 kasus pakaian lembab dan bau, dan tidak tepat waktu dalam penyucian pakaian pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik adalah terjalinnya hubungan baik antara penjual dan pembeli. Ini adalah bagian penting yang harus dikerjakan semua pelaku usaha. Faktor lain yang dihadapi Extra Qilo Laundry Kiloan yaitu, ada perbedaan harga. Harga ialah berapa banyak uang yang dibayarkan untuk layanan, atau berapa banyak nilai yang diperdagangkan pembeli untuk mendapatkan keuntungan dari menggunakan barang/layanan. (Sciences, 2020) Harga juga mempengaruhi kepuasan pelanggan dimana bila mendapat harga yang lebih murah dan kualitas barangnya atau jasa baik, maka pelanggan merasa puas karena keinginannya terpenuhi

Kajian Literatur

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah manfaat dan atribut umum produk atau layanan yang membantu kapasitasnya dalam memenuhi kebutuhan secara langsung atau dengan implikasi. (Samsudin, 2020). Kualitas pelayanan dapat diperkirakan dengan melihat persepsi antara layanan yang didapat dan dirasakan oleh pelanggan (Rahmadani, 2019). Kualitas pelayanan adalah sejauh mana perbedaan antara asumsi dan kebenaran pelanggan untuk layanan yang mereka dapatkan (Tarigan, Algista, Reina, 2018). Sifat layanan yang diberikan oleh para pelaku bisnis tidak diragukan lagi memiliki alasan. Secara keseluruhan, motivasi di balik kualitas pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan dan pemenuhan itu sendiri akan sangat mempengaruhi kemajuan bisnis, jika kualitas yang diberikan bagus, organisasi akan diuntungkan. Sesuai Kotler dan Keller (2016) dalam W. Chrisarley, (2020) ada lima keunggulan kualitas administrasi, khususnya 1. Mengenali kebutuhan dan prasyarat pelanggan secara akurat. 2. Berikan asumsi pelanggan kepada pembuat produk. 3. Pastikan pesanan pelanggan dipenuhi secara akurat dan tepat waktu. 4. Tetap berhubungan dengan klien setelah persetujuan untuk menjamin bahwa mereka puas.

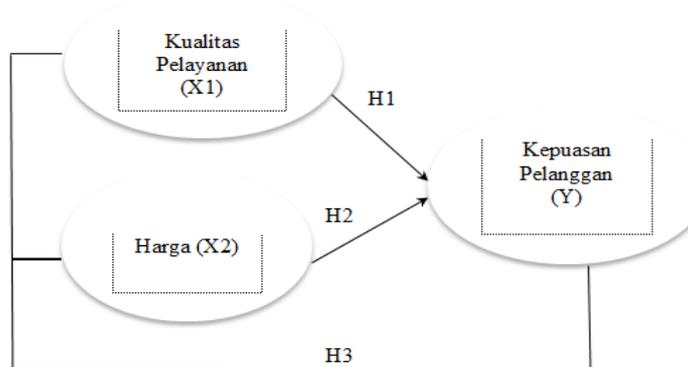
Harga

Harga faktor penting dalam suatu pemasaran, dimana dapat mempengaruhi pembeli dalam memilih suatu barang karena berbagai faktor (Wahyudi & Wahyuni, 2021). Harga adalah banyaknya biaya untuk barang atau layanan dan nilai yang diperjual belikan pembeli agar mendapatkan barang atau jasa. (Kurniawan et al., 2021). Jika harga tidak sesuai dengan kualitas dan melihat manfaatnya, pelanggan akan merasa kecewa. Biaya adalah penilaian umum yang dilakukan pembeli untuk mendapatkan berbagai kualitas utilitas dengan mengkonsumsi produk/jasa (Sugiarsih Duki Saputri, 2019). Penetapan harga mengacu Salengo, (2020) 1. Permintaan barang 2. Target pasar 3. Reaksi pasar 4. Penetrasi rantai saingan 5. Saluran distribusi 6. Biaya produksi. Kotler mengatakan harga adalah variabel campuran yang menonjolkan yang diperlukan dengan mempromosikan pada pemasaran. Biaya juga merupakan satuan atau nilai keuangan yang diperjualbelikan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa (Indrasari 2019). Ada enam indikator :

1. Harga terjangkau
2. Harga yang sesuai dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Harga dapat memengaruhi pembeli pada saat pengambil keputusan
5. 5. Harga sesuai dengan manfaat 6. Harga mempengaruhi daya beli konsumen.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat yang dirasakan seseorang setelah melihat tayangan atau hasil yang dirasakannya dengan anggapannya. (Samsudin, 2020). Rahmadani, (2019) mengatakan kepuasan ialah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan asumsi dengan hasil yang dirasakan. Kepuasan pelanggan menjadi pertimbangan utama dalam berbagai latihan bisnis (Rosmani Sinaga, S.E., 2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan asumsi pelanggan ketika mereka telah membeli sesuatu produk/jasa telah berubah menjadi kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh pelanggan pada saat membeli sesuatu atau , dari pertemuan teman-teman yang telah menggunakan produk ataulayanan dan penawaran (Gofur, 2019). Arti menentukan tingkat pemenuhan pembeli, faktor utama yang harus diperhatikan perusahaan menurut (Hasan, 2020), yaitu: 1. Kualitas barang 2. Kualitas administrasi 3. Dekat dengan rumah 4 .Biaya 5.Biaya. Penanda untuk memperkirakan loyalitas konsumen, menurut Indrasari, (2019) adalah: 1. Kesesuaian harapan 2. Minat untuk kembali 3. Keinginan untuk menyarankan.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

H1 : Diduga Kualitas pelanggan berpengaruh pada kepuasan pelanggan pada Extra Qilo Laundry Kiloan.

H2 : Diduga Harga berpengaruh pada kepuasan pelanggan pada Extra Qilo Laundry Kiloan.

H3 : Diduga Kualitas pelanggan dan harga bersama- samaberpengaruh pada kepuasan pelanggan pada Extra Qilo Laundry Kiloan.

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode deskriptif serta dengan pendekatan kuantitatif. Analisis ini bertujuan untuk mendeskripsikan demografi responden dan mengetahui jumlah responden yg akan dibagi sesuai kategori yang sudah ditentukan, yaitu demografi mencakup nama, usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, status pekerjaan, pendapatan sesuai dengan ketentuan yang digunakan peneliti,data tersebut didapat dari dari responden. Prosedur Tes yang digunakan adalah non probability Sampling. Non probability sampling adalah prosedur yang tidak memberi kesempatan yang sama bagi setiap komponen atau individu dari populasi untuk dipilih sebagai sampel (Ahyar et al., 2020). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. *Accidetal sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara kebetulan dimana pengambilan sampel dilakukan pada pengguna jasa, dengan ketentuan sudah 3 kali menggunakan jasa Extra Qilo Laundry Kiloan Di Kota Batam (Christono, 2019). Berdasarkan hasil penelitian sampel yang didapat sebanyak 100 responden. Untuk pengumpulan data, peneliti menyebarluaskan kuesioner kepada setiap pelanggan Extra Qilo Laundry Kiloan, menggunakan skala likert dengan pengolahan data menggunakan SPSS versi 25. Penelitian

eCo-Buss

dilakukan pada Extra Qilo Laundry Kiloan yang berlokasi di Ruko Daya Center Blok C No.1 Putri Hijau Sagulung Batam. Adapun kuesioner yang di sebarakan peneliti sebagai berikut:

Tabel 1.Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pertanyaan / pernyataan
1	Karyawan Extra Qilo Laundry Kiloan tepat waktu dalam mencuci pakaian sesuai dengan kesepakatan dengan pelanggan
2	Penyucian pakaian Extra Qilo Laundry Kiloan bersih,wangi dan rapi
3	Karyawan menawarkan dan menginformasikan promo-promo yang ada di Extra Qilo Laundry Kiloan
4	Karyawan Extra Qilo Landry Kiloan tanggap dalam menjelaskan jenis jasa apa saja yang tidak diketahui oleh Pelanggan
5	Karyawan Extra Qilo Laundry Kiloan sigap dalam menanggapi keluhan yang dirasakan pelanggan
6	Karyawan Extra Qilo Laundry Kiloan melayani dengan ramah/seyum
7	Karyawan Extra Qilo Laundry Kiloan tidak pernah lupa memberikan nota laundry kepada pelanggan
8	Karyawan Extra Qilo Laundry Kiloan dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan
9	Fasilitas dalam ruangan Extra Qilo Laundry Kiloan tertata rapi,lengkap dan berfungsi dengan baik

Tabel 2. Variabel Harga (X2)

No	Pertanyaan / pernyataan
1	Harga jasa yang ditawarkan Extra Qilo Laundry Kiloan bervariasi dan terjangkau oleh Pelanggan
2	Banyak Potongan Harga Yang di berikan Etra Qilo Laundry Kiloan
3	Harga yang ditawarkan Extra Qilo laundry Kiloan sesuai dengan kualitas jasa dan pelayanan yang diberikan
4	Extra Qilo laundry Kiloan menyediakan layanan jasa dengan kualitas baik tapi harga yang terjangkau
5	Harga jasa Extra Qilo laundry Kiloan lebih mahal
6	Harga Jasa yang ditawarkan Extra Qilo laundry Kiloan memiliki persamaan dengan harga yang ditawarkan Jasa lainnya
7	Harga jasa yang ditawarkan di Extra Qilo laundry Kiloan cenderung murah

Tabel 3.Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pentanyaan / pernyataan
1	Saya merasa puas menggunakan jasa Extra Qilo Laundry Kiloan karena harganya terjangkau
2	Apakah anda puas dengan kualitas pelayanan jasa yang diberikan Extra Qilo Laundry Kiloan
3	Saya merasa puas dan akan menggunakan kembali jasa Extra Qilo Laundry Kiloan
4	Saya merasa puas karena pelayanan jasa yang diberikan Extra Qilo Laundry Kiloan Cepat dan akurat
5	Saya bersedia merekomendasikan jasa Extra Qilo Laundry Kiloan kepada teman atau orang lain

Teknik Analisis Data

Teknik analisis dilakukan dengan metode Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Normalitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastitas, Uji Analisis Regresi Linear berganda, Uji Koefisien Determinasi(R),Uji t dan Uji f

Hasil

Berdasarkan data yang diolah dari penelitian responden yang telah menjawab kuesioner, indentias responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan pendapatan /bulan ialah sebagai berikut :

Tabel 4. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki – laki	59	59%
Perempuan	41	41%
Total	100	100%

Berlandaskan tabel yang diatas diketahui responden jenis kelamin laki – laki berjumlah 59 orang (59%) , jenis kelamin perempuan berjumlah 41 orang (41%).

Tabel 5. Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
< 20	14	14%
20 – 30	71	71%
31 -40	14	14%
> 40	1	1%
Total	100	100%

Berlandaskan tabel diatas dapat dilihat jumlah responden data yang di olah peneliti diketahui yang usianya < 20 tahun sebanyak 14 orang (14%), berusia 20 – 30 sebanyak 71 orang (71%) berusia 31 – 40 sebanyak 14 orang (14%) dan < 40 sebanyak 1 orang (1%).

Tabel 6.Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SD/ Sederajat	1	1%
SMP/ Sederajat	0	0
SMA/SMK/Sederajat	63	63%
DIPLOMA	22	22%
S1,S2,S3/S4	14	14%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 6. diketahui jumlah responden data yang di olah peneliti diketahui diketahui pendidikan SD/Sederajat adalah 1 orang (1%), SMP/Sederajat 0 (0%), SMA/SMK/Sederajat 63 orang (63%), Diploma Sebanyak 22 orang (22%) S1,S2,S3/S4/Sederajat sebanyak 14 orang (14%).

Tabel 7. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	17	17%
Swasta	12	12%
Pewagai Negeri	10	10%
Karyawan	48	48%
Wiraswasta	13	13%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel diatas diketahui jumlah responden data yang di olah peneliti diketahui diketahui yang status pekerjaan pelajar/mahasiswa berjumlah 17 orang (17%), Swasta, 12 orang (12%),Pegawai Negeri, 10 orang (10%), karyawan, 48 orang (48%) dan Wiraswasta, 13 orang(13%).

Tabel 8. Berdasarkan Pendapatan /Bulan

Pendapatan /Bulan	Jumlah	Persentase (%)
< 2.000.000	12	17%
2.000.000 – 3.000.000	4	12%
3.000.000 – 4.000.000	15	10%
4.000.000 – 5.000.000	22	48%
5.000.000 – 6.000.000	30	13%
>6.000.000	17	17%
Total	100	100%

eCo-Buss

Dapat dilihat dari tabel 8. jumlah responden data yang di olah peneliti diketahui diketahui yang memiliki pendapatan < 2.000.000 ialah 12 orang (12%), pendapatan 2.000.000 - 3.000.00, 4 orang (4%), memiliki pendapatan berjumlah 3.000.000 - 4.000.00, 15 orang (15%), pendapatan 4.000.000 5.000.000, 22 orang (22%) memiliki pendapatan 5.000.000- 6.000.000, 30 orang (30%) dan berjumlah > 6.000.000 sebanyak 17 (17%).

Uji Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk penyajian informasi.

Tabel 9. Hasil Variabel Kualitas Pelayanan

Pertanyaan /Pernyataan	Skala Likert					Skor	Kriteria
	STS	TS	N	S	SS		
X1.1	0	4	22	65	9	379	Baik
X1.2	0	4	32	51	13	373	Baik
X1.3	0	3	22	62	13	385	Baik
X1.4	0	2	6	81	11	401	Baik
X1.5	0	1	12	73	14	400	Baik
X1.6	0	3	13	74	10	3,91	Baik
X1.7	0	1	4	82	13	407	Baik
X1.8	0	2	37	49	12	371	Baik
X1.9	0	2	19	67	12	389	Baik
Total						3496	

Hasil dari pada tabel diatas, disimpulkan bahwa jawaban responden pada variabel kualitas pelayanan pada keseluruhan pernyataan memiliki kriteria baik/berpengaruh.

Tabel 10. Variabel Harga

Pertanyaan /Pernyataan	Skala Likert					Skor	Kriteria
	STS	TS	N	S	SS		
X2.1	0	4	40	49	7	359	Baik
X2.2	1	26	47	19	7	305	Cukup Baik
X2.3	1	2	44	49	4	353	Baik
X2.4	0	4	59	31	6	339	Baik
X2.5	0	9	78	12	1	305	Cukup Baik
X2.6	0	20	62	14	4	302	Cukup Baik
X2.7	0	26	49	19	6	305	Cukup Baik
Total						2268	

Mengingat informasi tabel di atas, sangat baik dapat dianggap bahwa semua artikulasi biaya menggabungkan standar yang bagus atau persuasif.

eCo-Buss

Tabel 11. Variabel Kepuasan pelanggan

Pertanyaan/Pe rnyataan	Skala Likert					Skor	Katagori
	STS	TS	N	S	SS		
Y.1	0	2	28	59	11	379	Baik
Y.2	0	3	32	54	11	373	Baik
Y.3	0	0	31	57	12	381	Baik
Y.4	0	5	35	47	13	368	Baik
Y.5	0	2	34	51	13	375	Baik
Total						1876	

Mengingat informasi tabel di atas, sangat baik dapat dianggap bahwa semua artikulasi biaya menggabungkan standar yang bagus atau persuasif.

Uji Validitas

Validitas Instrumen pembagian disampaikan menggunakan poin kedua Pearson, yaitu menggunakan skor terhubung dalam menggunakan hasil kusioner. Sampel pada riset ini totalnya 100, dan r tabel didapat dari :

$$n - 2 = (100 - 2) = 98$$

Nilai r tabel pada df 98 ialah 0,196, dikatakan valid apabila r hitung > 0,196 maka setiap butir pernyataan dikatakan valid.

Tabel 12. Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayan (X1)	X1.1	0.671	0.196	Valid
	X1.2	0.787		
	X1.3	0.717		
	X1.4	0.663		
	X1.5	0.699		
	X1.6	0.627		
	X1.7	0.773		
	X1.8	0.775		
	X1.9	0.651		
Harga (X2)	X2.1	0.637	0.196	Valid
	X2.2	0.823		
	X2.3	0.701		
	X2.4	0.796		
	X2.5	0.421		
	X2.6	0.640		
	X2.7	0.799		
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0.784	0.196	Valid
	Y.2	0.874		
	Y.3	0.812		
	Y.4	0.880		
	Y.5	0.857		

Berdasarkan tabel Variabel memiliki pernyataan r hitung > r tabel. Maka disimpulkan semua ketiga variabel dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi antara efek samping persepsi dan instrumen atau instrumen estimasi yang digunakan pada waktu yang berbeda, pada akhirnya, reabilitas terhubung dengan kualitas indikator tentang informasi secara konsisten.

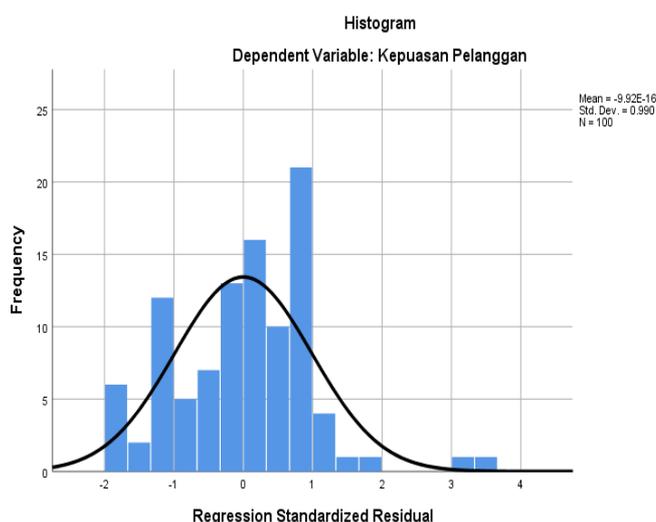
Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Responden	Nilai Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
1	X1	100	0.871	0.60	Reliabel
2	X2	100	0.823		
3	X3	100	0.897		

Berdasarkan tabel 13 Variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan disimpulkan semua ketig memiliki Cronbach Alpha > 0,60 dan variabel tersebut reliabel.

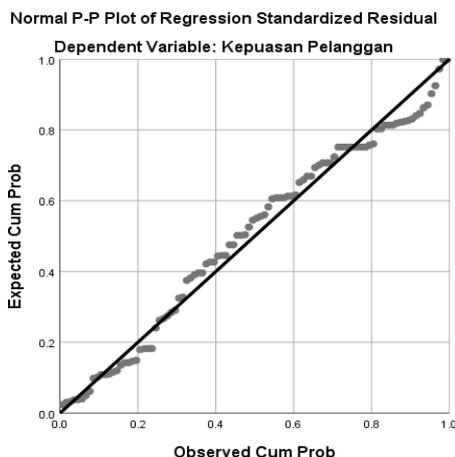
Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan mengetahui bagaimana permodelan regresi menurut variabel terikat dan variabel bebas ini memiliki distribusi bersifat normal.



Gambar 2. Histogram Normalitas

Pada Gambar diatas dapat disimpulkan kurva tersebut berbentuk lonjong maka, dapat ketahui data berdistribusi normal.



Gambar 3. Hasil Uji Normalitas Dengan Normal P-P Plot

Diagram normal ini menunjukkan gambaran skenario di mana fokus di sekitar kemiringan ini memiliki judul garis miring yang menunjukkan tanda untuk model regresi yang menyatakan normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF).

Tabel 14. Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model		B	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.154		
	Kualitas Pelayanan	.485	.636	1.572
	Harga	.219	.636	1.572

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dilihat dari tabel 14 diatas, hasil penilaian kekuatan harga membuktikan bahwa tidak ada komponen bebas, toleransi $0,636 > 0.10$ dan nilai VIF $1.572 < 10$. Didalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas dan model regresi masuk kategori layak untuk digunakan.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam sebuah model regresi berbeda dengan varian residual dari sebuah pengamatan dengan kepengamatan lainnya.

Tabel 15. Uji Heteroskedastisitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1.895	.913		2.075	.041
Kualitas Pelayanan	-.024	.032	-.094	-.739	.462
Harga	.009	.036	.031	.248	.805

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Dapat diketahui hasil uji glejser pada tabel 15, bahwa nilai sig variabel kualitas pelayanan 0,462 dan nilai sig variabel harga 0,085 dapat ketahu signifikan semua variabel diatas 0,05. Dengan demikian dapat dibuktikan model regresi tidak terkena heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh yang dimiliki variabel independen terhadap variabel dependen

Table 16. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.154	1.495		-2.109	.038
	Kualitas Pelayanan	.485	.053	.648	9.194	.000
	Harga	.219	.059	.262	3.723	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut
 $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$

$$Y = 3,154 + 0,485X_1 + 0,219X_2$$

Nilai konstanta sebanyak 3,154 mempunyai arti bahwa bila kualitas pelayanan & harga bernilai 0, maka kepuasan pelanggan akan mempunyai nilai sebanyak 3,154.

Nilai variabel kualitas pelayanan sebanyak 0,485, berarti bila kualitas pelayanan dinaikkan 1% atau 1 point, maka variabel kepuasan pelanggan mengalami kenaikan sebanyak 0,485 atau 48,5%.

Nilai variabel harga sebanyak 0,219, bila variabel harga dinaikkan 1% atau 1 point, maka variabel kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebanyak 0,219 atau 21,9%.

Koefisien Determinasi

Analisis ini digunakan mengetahui bahwa variabel bebas memberikan dampak dan semua data diharapkan untuk meramalkan dan memahami variabel terikat.

Tabel 17. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.833 ^a	.694	.687	1.62504

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari hasil SPSS summary tersaji diatas, nilai adjusted sebesar 0,694. Hal ini memperlihatkan bahwa kemampuan variabel independen pada menyebutkan variabel dependen yaitu sebanyak 69,4 %. Masih ada 30,6 % variabel dependen sanggup dijelaskan variabel independen pada contoh penelitian ini. Hal ini dikarenakan adanya faktor-faktor lain yang tidak dapat diteliti pada penelitian ini.

Uji T

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara individu.

Tabel 18. Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.154	1.495		-2.109	.038
	Kualitas Pelayanan	.485	.053	.648	9.194	.000
	Harga	.219	.059	.262	3.723	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Berlandaskan hasil signifikan parameter individual (uji t) pada tabel diatas diketahui bahwa :

1. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung $9,194 > t$ tabel $1,984$ dengan signifikan $0,00 < 0,05$.Maka dapat diketahui H1 dapat diterima.
2. Variabel harga memiliki nilai t hitung $3,723 > t$ tabel $1,984$ dengan signifikan $0,00 < 0,5$.Maka dapat diketahui H2 diterima.

Uji F

Untuk mengetahui apakah model regresi masuk ke dalam klasifikasi yang akan digunakan atau tidak, pengujian peluang model melalui pengujian faktual sangat penting.

Tabel 19. Uji F

ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	580.087	2	290.043	109.834	.000 ^b
	Residual	256.153	97	2.641		
	Total	836.240	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Dari uji ANOVA atau F test didapat nilai f hitung $109,834 >$ dari f tabel $3,09$ dengan nilai signifikan $0,000 <$ dari $0,05$. Maka dapat diketahui H3 diterima.

Kesimpulan

Dilihat dari konsekuensi pemeriksaan di atas, cenderung terlihat bahwa kualitas pelayanan memberi sumbangsih signifikan dan positif pada kepuasan pelanggan. Nilai t-hitung $9,194$ lebih menonjol dari pada t-tabel $1,984$ yaitu sig $0,00 < 0,05$ berarti hipotesis satu diterima. Harga memberi sumbangsih signifikan dan positif pada kepuasan pelanggan, dengan nilai t hitung senilai $3,723$ lebih besar dari nilai t tabel $1,984$ dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ sehingga dinyatakan bahwa hipotesis selanjutnya diakui. Kualitas pelayanan dan harga secara bersamaan pada dasarnya mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan F hitung $109,834$ lebih menonjol dari F tabel $3,09$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka spekulasi diakui R square sebesar $0,694$ atau $69,4\%$ hal ini kepuasa pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga dalam model regresi sebanyak $69,4\%$ sedangkan sisanya $30,6\%$ dijelaskan oleh berbagai faktor yang dikeluarkan dari tinjauan ini.

Daftar Pustaka

- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Christono, A. B. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan JNE CABANG BATAM. *Journal of Economics and Business UBS*, 8(1), 1–17. <https://doi.org/10.52644/joeb.v8i1.13>
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Sumber Utama Nusantara Medan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Cetakan Pe). UNITOMO PRESS.
- Kurniawan, D., Adriansyah, M., & Gultom, I. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga

- Terhadap Kepuasan Pelanggan Barbershop Mr. Head Slipi II Jakarta. *HUMANIS (Humanities, Management and Sciene Proceeding 2021)*, 1(2), 313–324.
- Rahayu, L. (2019). Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Gubug Makan Iwak Kalen Godean. *Universitas Mercu Buana Yogyakarta.*, 5–24.
- RAHMADANI, C. A. (2019). *Pengaruh Brand Image Service Quality dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Nasabah BANK BRI Yogyakarta.* 34.
- Rosmani Sinaga, S.E., M. . (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARYAWAN PADA PT. CAPELLA DINAMIK NUSANTARA MEDAN. *JURNAL STINDO PROFESIONAL Volume VI | Nomor 4 | Juli 2020 I S S N : 2443 – 0536*, 2, 197–217.
- Salengo, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Go - Food Pada Pt Gojek. In *Human Relations* (Vol. 3, Issue 1).
- Samsudin, C. M. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT HERBA PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA(Studi Pada Alfatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu) SKRIPSI. *Konstruksi Pemberitaan Stigma Anti-China Pada Kasus Covid-19 Di Kompas.Com*, 68(1), 1–12.
- Sciences, H. (2020). *Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen.* 4(1), 1–23.
- Sugiarsih Duki Saputri, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46–53. <https://doi.org/10.35814/coverage.v10i1.1232>
- Tarigan, Algista, Reina, P. (2018). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Konsumen Kita-Kita Tour and Travel)*. 6(4), 1270–1283.
- W. Chrisharley. (2020). Pengertian kualitas pelayanan dan macam macam dimensi kualitas pelayanan. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Wahyudi, D., & Wahyuni, E. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Jasa Transportasi Go-Jek. *Management & Accounting Expose*, 4(1), 45–54.