

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CV KUSUMA PUTRA DI KOTA BATAM

Daniel Kasidi

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bentara Persada
danielkasidi@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan CV Kusuma Putra di Kota Batam. Tujuan penelitian ini juga untuk mengetahui faktor dominan yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Untuk menjawab tujuan penelitian ini, maka pernyataan hipotesis awal adalah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV Kusuma Putra. Populasi dari penelitian ini berjumlah 50 pelanggan, dalam penelitian ini tidak menggunakan teknik pengambilan sampel tertentu karena jumlah populasi yang terbatas, maka dari itu seluruh anggota populasi dijadikan sampel, yang berjumlah 50 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif melalui pendekatan survei. Data dikumpulkan dalam bentuk kuesioner berupa butir pernyataan yang disusun dalam bentuk skala Likert yang terdiri dari 5 pilihan jawaban. Hasil penelitian yang menggunakan metode analisis kuantitatif memberikan kesimpulan bahwa dalam uji sendiri-sendiri variabel bebas kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, variabel bebas harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Melalui uji F diketahui bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Angka R^2 sebesar 0,389 menunjukkan bahwa 38,9 % variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel bebas dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 61,1 % dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga & Kepuasan Pelanggan

Abstract

The purpose of this research was to know the influences of service quality and price on customer satisfaction at CV Kusuma Putra in Batam City. This research also aims to analyse the most dominant factors that influence to customer satisfaction. Hypothesis are service quality and price have positive influence towards customers satisfaction. The population of this research are 50 customers. This study did not use certain sampling techniques because population numbers are limited, therefore all members of the population are used as samples. The methods used in this research is quantitative methods through survey approach. The data are collected by the questionnaire until the Likert scale. The results of research show that the independent variable service quality does not affect on customer satisfaction, free variable rates have an impact on customer satisfaction and promotion does not affect the customers satisfaction. By using F test know that collectively the quality of service, price and promotion has impact on customer satisfaction. Figure R^2 of 0.389 or 38.9% variation shows that customer satisfaction can be explained by a third variable in the regression equation. While the rest of 61.1% explained by other variables which not included in this research.

Keywords : Service Quality, Price & Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Pada saat ini perkembangan sektor jasa telah mengalami peningkatan yang sangat pesat dibandingkan pada dekade sebelumnya. Perkembangan yang terjadi

pada sektor jasa dapat dilihat dari semakin meningkatnya kebutuhan konsumen akan berbagai industri jasa. Seperti jasa perbankan, asuransi, jasa transportasi, restoran, telekomunikasi, pariwisata, dan

perusahaan-perusahaan penyedia jasa profesional lainnya seperti kantor akuntan, konsultan, dan pengacara. Sejalan dengan semakin maju dan berkembangnya dunia bisnis pada era globalisasi seperti sekarang ini, akan mencerminkan situasi usaha yang kompetitif, keberhasilan kompetensi ini ditentukan oleh partisipasi pasar dan tanggapan yang cepat terhadap setiap perubahan kebutuhan maupun perilaku konsumen. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk semakin kreatif dan inovatif dalam memanjakan konsumen melalui penawaran produk dengan memberikan pelayanan yang baik. Dimana hal tersebut dilakukan perusahaan untuk menarik hati para pelanggannya untuk terus bekerjasama dengan perusahaannya.

Gofur (2019 : 38) menjelaskan dalam memasuki persaingan yang semakin kompetitif, setiap perusahaan harus secara mutlak dapat memuaskan konsumen. Dimana kepuasan konsumen akan tercipta manakala keinginan dan harapan dapat diwujudkan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan yang maksimal dan kesesuaian pemberian harga produk merupakan strategi yang tepat dalam mewujudkan setiap keinginan dan harapan tersebut. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan. Fakta bahwa menarik pelanggan baru jauh lebih mahal dibandingkan dengan mempertahankan pelanggan saat ini juga menjadi salah satu pemicu meningkatnya perhatian pada kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu ukuran keberhasilan untuk semua

pengembangan dan implementasi sistem informasi pada suatu perusahaan. Perusahaan yang menerapkan sistem kepuasan pelanggan dapat menjadi kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan jumlah pelanggan. (Pratama & Sulistiani, 2021:30)

Pada hakikatnya kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu cukup lama sebelum bisa membangun dan mendapatkan reputasi atas layanan prima, dan kerap kali juga dituntut investasi besar pada serangkaian aktivitas yang ditujukan untuk membahagiakan pelanggan saat ini dan masa depan. Program kepuasan pelanggan relatif mahal dan tidak mendatangkan laba dalam jangka pendek. Akan tetapi, hasilnya bisa dituai dalam jangka panjang dan manfaat tersebut dapat bertahan lama. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan merupakan indikator kesuksesan bisnis dimasa yang akan datang. Ukuran-ukuran kinerja pasar lainnya (seperti penjualan dan pangsa pasar) merupakan ukuran kesuksesan historis. Ukuran-ukuran semacam itu hanya memberikan informasi mengenai kinerja perusahaan dimasa lampau, namun tidak 'berbicara banyak' untuk kinerja masa depan. Jadi ukuran kepuasan pelanggan lebih prediktif untuk kinerja masa depan ketimbang data akuntansi saat ini.

Melihat permintaan atas terpenuhinya pelanggan kepuasan pelanggan yang saat ini menjadi tolak ukur untuk memajukan perusahaan memaksa setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, produksi maupun jasa lainnya.

Perekonomian Indonesia khususnya dalam bidang usaha saat ini semakin bertambah maju, hal ini menjadikan persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan kualitas pelayanan dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk maupun jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing.

Kualitas pelayanan sangat penting pada industri jasa, kualitas pelayanan terbaik merupakan suatu profit strategi untuk meningkatkan lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari kaburnya pelanggan, dan menciptakan keunggulan khusus yang tidak ada hanya bersaing dari segi harga. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasa sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan, maka kualitas pelayanan dapat dipersepsikan baik dan memuaskan. Keberhasilan suatu perusahaan sangat

dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan tersebut memberi kepuasan dan kebahagiaan kepada pelanggan. (Susanti dkk, 2019 : 244). Sudarso dalam jurnal (Cesarina dkk, 2022 : 211) menambahkan Kualitas pelayanan adalah tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan menyebabkan kepemilikan sesuatu.

Dikutip dari Brown dalam (Sari & Prihartono, 2021 : 1141) pemilihan karakter pada sebuah toko dikarenakan kesan pembeli pada harga daripada harga asli sebuah toko. Suatu perusahaan hendaknya menetapkan harga yang sebanding dengan mutu dan nilai produk. Harga yang teramat tinggi atau sebaliknya dapat menjadi faktor penentu bagi pembeli. Tingginya harga dapat membuat konsumen berpindah pada produk lain yang sejenis begitupun sebaliknya.

Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis jasa keuangan atau jasa perpajakan. Persaingan tersebut ditandai dengan makin banyaknya perusahaan jasa perpajakan yang bermunculan di kota Batam. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun beraneka macam, dengan begitu menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap perbisnis. Demikian juga halnya CV Kusuma Putra, dimana sebagai salah satu perusahaan jasa keuangan atau jasa perpajakan yang ada di Kota Batam, juga memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibanding pesaing yang ada.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Kusuma Putra di Kota Batam.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian.

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif melalui survei. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada pelanggan dan wawancara langsung dengan pihak manajemen perusahaan CV Kusuma Putra.

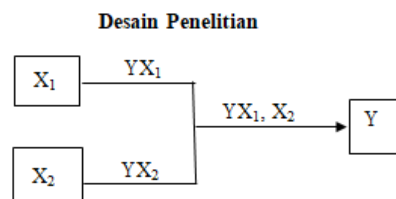
Dimana kesimpulan yang ditarik hanya pada subjek dan objek yang diteliti di perusahaan CV Kusuma Putra. Untuk mempermudah penelitian dalam mencari solusi permasalahan dan mendapatkan kebenaran penelitian maka digunakan alat analisis *Computer Statistical Program for Social Science* (SPSS) versi 21.

Berdasarkan Latar belakang masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV Kusuma Putra di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada CV Kusuma Putra di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada CV Kusuma Putra di Kota Batam.

Batasan masalah dalam penelitian ini dibatasi pada ketepatan waktu penyelesaian laporan keuangan maupun penyelesaian SPT Tahunan baik bagi Orang Pribadi atau Badan, ketepatan penyediaan harga yang kompetitif untuk penyelesaian laporan keuangan berdasarkan banyaknya data. Penulis juga membatasi responden penelitian ini hanya dilakukan kepada pelanggan yang telah

menggunakan jasa CV Kusuma Putra lebih dari sekali.



Penjelasan dari gambar desain sebagai berikut :

- X_1 adalah variabel bebas yang diposisikan sebagai variabel yang berpengaruh.
- X_2 adalah variabel bebas yang diposisikan sebagai variabel yang berpengaruh.
- Y adalah variabel terikat yang diposisikan sebagai variabel yang terpengaruh.
- YX_1 adalah garis regresi yang menjelaskan pengaruh variabel X terhadap Y .
- YX_2 adalah garis regresi yang menjelaskan pengaruh variabel X terhadap Y .
- Y, X_1, X_2 adalah garis regresi yang menjelaskan pengaruh variabel X_1, X_2 secara bersama-sama terhadap selamanya.

Model pengukuran dan pengujian hipotesis berganda menggunakan rumus koefisien korelasi berganda (r) untuk mengetahui hubungan antara Y dengan X_1, X_2 (Koefisien korelasi berganda adalah indeks atau angka yang digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara tiga variabel atau lebih), koefisien determinasi berganda (r^2) untuk mengukur presentase variabel Y yang dapat dijelaskan oleh variabel independen X_1, X_2 persamaan regresi berganda untuk mempengaruhi pengaruh variabel independen X_1, X_2 terhadap Y . Pembuktian hipotesis melalui uji-t untuk

mengetahui pengaruh variabel X_1 dan X_2 secara sendiri-sendiri terhadap Y dan uji-F untuk mengetahui X_1 , X_2 secara bersama-sama terhadap Y .

Populasi dan sampel penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi dapat didefinisikan sebagai sejumlah kasus yang memenuhi seperangkat kriteria tertentu, yang ditentukan peneliti. Besarnya populasi memengaruhi representatif sampel, karena makin besar jumlah sampel makin besar peluang sampel mengikuti ciri-ciri dan distribusi populasinya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan CV Kusuma Putra.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode Disproportionate Stratified Sampling yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel bila populasi berstrata tapi kurang proporsional. CV Kusuma Putra memiliki kurang dari 100 perusahaan, lebih tepatnya sekitar 35 perusahaan sebagai pelanggan bulanan dan untuk tahunan sekitar kurang lebih 70. Untuk tahun 2017 perusahaan yang memakai jasa CV Kusuma Putra tidak lebih dari 100 perusahaan atau lebih tepatnya 65 perusahaan, maka dengan demikian diambil sekitar 50 perusahaan memakai jasa SPT Tahunan untuk dijadikan sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono dalam (Galista, 2022 : 40), Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang dipakai

adalah menggunakan studi kepustakaan dan Kuesioner.

1. Studi Kepustakaan

Sumber teori dari para ahli dibutuhkan dalam penelitian ini untuk itu penulis perlu mencari informasi dari berbagai sumber seperti buku, koran, majalah, literatur dan jurnal. Pendapat para ahli yang telah teruji kebenarannya inilah yang menjadi acuan teoritis dalam penulisan penelitian ini.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Penelitian ini menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi responden terhadap variabel penelitian. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan dari variabel-variabel menjadi dimensi, dan dari dimensi dijabarkan menjadi indikator, dan dari indikator dijabarkan menjadi sub-indikator yang dapat diukur. Pengukuran sub-indikator dinyatakan dalam pernyataan-pernyataan dalam kuesioner yang harus dijawab oleh responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelanggan CV Kusuma Putra di Kota Batam dengan jumlah 50 pelanggan dijadikan sebagai responden. Daftar pernyataan dalam kuesioner pada variabel bebas kualitas pelayanan sejumlah 8 butir pernyataan, harga 8 butir pernyataan, dan kepuasan pelanggan sebanyak 8 butir pernyataan. Dengan demikian total butir

pernyataan dalam kuesioner terdapat 24 yang harus dijawab oleh responden.

Karakteristik responden telah ditentukan oleh penulis dengan tujuan bahwa responden adalah orang yang benar-benar mengerti dan memiliki pengetahuan tentang layanan jasa perpajakan maupun jasa keuangan yang disediakan oleh CV Kusuma Putra.

Adapun identitas responden diambil dalam penelitian ini dikelola dengan menggunakan bantuan SPSS 21 dengan didasarkan pada jabatan, jenis kelamin, umur, pendidikan dan lama bekerja. Identitas responden tampak dalam tabel 3.1 yang dapat dilihat dilampiran 3.

Presentasi responden dengan jabatan manajer mendominasi dalam penelitian ini dengan jumlah presentasi 32%, sementara staff 28%, supervisor 26% dan direktur 14%. Pengelompokkan jabatan diperlukan dalam penelitian ini untuk mendapatkan jawaban dari responden yang berhubungan langsung dengan penggunaan layanan jasa logistik.

Berdasarkan tabel 3.2 yang dapat dilihat dilampiran 3 maka diketahui bahwa perbandingan presentasi responden antara responden wanita dan pria seimbang yaitu 52% responden pria dan 48% responden wanita. Berdasarkan tabel 3.3 identitas responden berdasarkan umur dibawah 30 tahun sebanyak 26%, 30 sampai 45 tahun sebanyak 42%, dan diatas 45 tahun sebanyak 32%. Kriteria umur dibawah 30 tahun dan diatas 45 tahun digunakan dalam kuesioner ini untuk memastikan bahwa responden adalah masa usia bekerja.

Berdasarkan hasil penyebaran data, ditunjukkan bahwa jumlah responden dengan tingkat D3 sebanyak 10%, S1 sebanyak 60%, dan S2 sebanyak 30%. Dengan tingkat pendidikan yang dimiliki oleh responden diharapkan responden dapat mengisi kuesioner secara objektif

sesuai dengan pengalaman yang dirasakan pada saat menggunakan jasa CV Kusuma Putra.

Pengalaman kerja responden diperlukan dalam pengisian kuesioner dengan tujuan bahwa responden memiliki pengalaman langsung atas jasa CV Kusuma Putra dan dapat memberi jawaban yang sebenar-benarnya sesuai dengan pengalaman yang dirasakan.

Pengalaman kerja juga diperlukan bagi calon pelanggan baru untuk mengetahui layanan jasa yang ditawarkan oleh CV Kusuma Putra. Berdasarkan tabel 3.5 responden yang memiliki pengalaman kerja dibawah 3 tahun sebanyak 20%, lama bekerja 3-5 tahun sebanyak 68%, dan 5-10 tahun sebanyak 12%.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan 3 variabel yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel terikat. Kecenderungan dan variasi jawaban dari variabel bebas berdasarkan distribusi frekuensi, dimana penentuan frekuensi berdasarkan hasil olah data dengan menggunakan SPSS versi 21.

1. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan

Analisa indeks jawaban responden terhadap butir-butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan pada tabel 3.6 dapat dilihat dilampiran 3 menunjukkan sebanyak 57 % atau 29 memberikan jawaban setuju dan sekitar 8% atau 4 orang responden memberikan jawaban sangat setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan sangat penting bagi kepuasan pelanggan. Mengingat penting aspek kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan untuk itu perusahaan harus memberikan perhatian lebih pada kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Distribusi Frekuensi Variabel Harga

Hasil jawaban atas pernyataan pada variabel harga pada tabel 3.7 dapat dilihat dilampiran 3 menunjukkan bahwa sejumlah 37% atau sekitar 17 responden jawabannya adalah setuju. Hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan maka dari itu perusahaan harus lebih memperhatikan keputusan penetapan dan penyesuaian harga untuk mendapatkan kepuasan pelanggan.

3. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan

Hasil distribusi jawaban responden pada variabel terikat kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa 50% atau 25 responden menjawab setuju dan sekitar 7% atau 4 orang responden menjawab sangat setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan CV Kusuma Putra merasa puas atas kinerja perusahaan.

4. Uji Reliabilitas dan Uji Validitas

a. Uji Reliabilitas

Pengujian hasil data diolah dengan menggunakan program computer Statistical Program for Social Science versi 21. Uji reliabilitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh butir pernyataan bersifat reliabel atau tidak, tingkat reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik Cronbach Alpha.

Dari tabel hasil uji reliabilitas tersebut dapat dilihat bahwa hasil pengujian 24 butir pernyataan dari variabel X1, X2 dan Y nilai Cronbach Alpha sebesar 0,862 yang mendekati 1 artinya seluruh butir pernyataan tersebut dapat dikatakan reliabel. Dengan kata lain $r_{hitung} 0,862 > 0,700$ maka kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan memiliki keterkaitan yang sangat tinggi karena berada pada interval 0,80 – 1,00.

b. Uji Validitas

Untuk mengetahui apakah suatu pernyataan dinyatakan valid atau sah maka data terlebih dahulu di uji dengan

menggunakan uji validitas. Dalam uji validitas membandingkan antara rhitung dengan rtabel, dimana bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid dan sebaliknya bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid.

Hasil analisis pengujian validitas diperoleh hasil seperti dalam tabel dibawah ini dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), derajat kebebasan ($df = n - 2 = 50 - 2 = 48$), diperoleh $r_{tabel} = 0,284$.

Dari penghitungan tersebut dapat dilihat bahwa dari semua butir pernyataan pada semua variabel penelitian (kualitas pelayanan, harga, promosi dan kepuasan pelanggan) nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dapat dinyatakan semua butir pernyataan valid.

5. Uji Asumsi Klasik dan Uji Normalitas

a. Uji Normalitas

Tujuan dari dilakukannya pengujian data secara normalitas adalah untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandardkan pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan menganalisa grafik histogram, jika data terdistribusi normal maka grafik akan membentuk seperti lonceng yang kedua sisi melebar kesamping hingga tidak terhingga, dan data dinyatakan normal.

Selain dengan grafik histogram, pengujian juga dapat menggunakan grafik Normal Probability Plot, bila titik-titik dalam grafik mengikuti garis sumbu diagonal maka data dinyatakan normal. Dalam penelitian hasil analisa normalitas menggunakan P - P_{Plot} dalam penelitian ini menunjukkan titik-titik residual menyebar disekitar garis diagonal oleh karena itu regresi layak digunakan meski sedikit plot yang menyimpang dari diagonal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas ada korelasi yang tinggi atau sempurna dalam model regresi. Penulis menggunakan salah satu metode dalam mendeteksi adanya gejala multikolinearitas dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan nilai TOL (tolerance) dan VIF (varian inflation factor) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Bila nilai VIF tidak lebih dari 10 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas. Hasil pengolahan data dengan bantuan program SPSS versi 21 dengan hasil seperti dalam tabel berikut ini:

Hasil Output SPSS Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
(Constant)	11,025	3,822		2,884	0,006		
Kualitas Pelayanan	0,216	0,123	0,228	1,755	0,086	0,534	1,993
Harga	0,481	0,130	0,480	3,691	0,001	0,334	2,652

Berdasarkan hasil pada coefficients terlihat bahwa TOL variabel kualitas pelayanan sebesar 0,534, dan pada variabel harga sebesar 0,334. Nilai VIF pada variabel kualitas sebesar 1,993, dan variabel harga sebesar 2,652. Baik nilai TOL dan VIF pada penelitian ini tidak lebih dari 10 untuk semua variabel, artinya tidak terjadi gejala multikolinearitas pada penelitian ini.

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Regresi liner berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Jumlah variabel dalam penelitian ini memiliki dua.

Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan, dan harga memiliki arah yang positif. Fungsi regresi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Nilai constan sebesar 0,884 berarti bahwa jika variabel kualitas pelayanan dan harga tidak berubah (constan) atau bernilai 0 maka kepuasan pelanggan bernilai positif.

2) Bila variabel kualitas pelayanan berubah maka variabel kepuasan pelanggan berubah tanda positif, artinya jika kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat dengan koefisien regresi 0,123 dan sebaliknya jika kualitas pelayanan menurun maka kepuasan pelanggan akan menurun pada koefisien sebesar 0,123.

Ho : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3) Bila variabel harga berubah maka variabel kepuasan pelanggan berubah tanda positif, artinya jika harga meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat dengan koefisien 0,481 dan sebaliknya jika harga menurun maka kepuasan pelanggan akan menurun pada koefisien sebesar 0,481.

Ho : Terdapat pengaruh harga yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha : Tidak terdapat pengaruh harga yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

7. Koefisien Determinasi Berganda (R^2) dan Koefisien Korelasi Berganda (R)

a. Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Besarnya pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel Koefisien Determinasi Berganda
Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,624 ^b	0,389	0,363	2,94644

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

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil dari koefisien determinasi atau R² sebesar 0,389 berarti 38,9% variasi perubahan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan harga, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variasi variabel di luar variabel yang diteliti.

b. Koefisien Korelasi Berganda (R)

Pada tabel 3.16 nilai R sebesar 62,40% menunjukkan keeratan hubungan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian korelasi berganda dalam penelitian ini tingkat keeratannya sedang¹ karena berada pada interval 0,600-0,624.

8. Uji Hipotesis

a. Uji Sendiri-Sendiri (Uji t)

Untuk mengetahui sejauh mana² pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi secara sendiri-sendiri terhadap kepuasan pelanggan maka dalam penelitian pengujian hipotesis diuji dengan menggunakan uji t (partial). Berdasarkan tabel dibawah ini, hasil uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel Uji-t
Coefficient^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error				Beta	Tolerance	VIF
(Constant)	11,025	3,822		2,884	0,006			
1	Kualitas Pelayanan	0,216	0,123	0,228	1,755	0,086	0,534	1,993
	Harga	0,481	0,130	0,480	3,691	0,001	0,334	2,652

Pada variabel kualitas pelayanan nilai $t_{hitung} 1,755 < t_{tabel} 2,013$ dan signifikan $0,086 > 0,050$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak ada pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil pengujian koefisien regresi variabel harga terlihat dalam tabel 3.15 t

hitung sebesar $3,691 > 2,013$ ttabel dan signifikan $0,001 < 0,05$ dengan demikian harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

b. Uji Serempak (Uji F)

Nilai F_{hitung} digunakan untuk menguji ketepatan model (goodness of fit) atau sering disebut dengan uji simultan yaitu apakah variabel bebas kualitas pelayanan, harga dan promosi secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pada penyimpulan uji F harus dibandingkan antara nilai F_{hitung} dengan nilai tabel dengan derajat df (degree of freedom): α , (k-1), (n-k). Pengambilan keputusan dapat didasarkan pada rumusan:

Bila P value $< 0,050$ Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel bebas secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi variabel terikat.

Bila P value $> 0,050$ Maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel bebas secara simultan (bersama-sama) tidak mempengaruhi variabel terikat.

Dalam penelitian ini pengujian F secara simultan menggunakan bantuan program computer SPSS versi 21. Hasil pengolahan data primer tampak dalam tabel dibawah ini:

Tabel Uji-F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	259,590	2	129,795	14,951	0,000 ^b
	Residual	408,030	47	8,681		
	Total	667,620	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} variabel bebas X_1 dan X_2 adalah sebesar 14,951. Dengan df: α , (k-1), (n-k) atau 0,050 (4-1), (50-4) maka diperoleh besarnya nilai Ftabel sebesar 2,807. Karena nilai $F_{hitung} (14,951) >$ nilai Ftabel (2,807) maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara

bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tujuan penelitian di atas yang menjadi hipotesis awal penelitian ini adalah:

H₁ : Tidak Terdapat pengaruh pengaruh kualitas pelayanan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV Kusuma Putra di Kota Batam.

H₂ : Terdapat pengaruh harga yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV Kusuma Putra di Kota Batam.

H₃ : Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada CV Kusuma Putra di Kota Batam.

Setelah dilakukan pengujian hipotesis pada maka hasil pengujian secara sendiri-sendiri atau uji t dalam penelitian ini menunjukkan bahwa:

H₁ : Kualitas pelayanan nilai $t_{hitung} = 1,755 < t_{tabel} = 2,013$ dan signifikan $0,086 > 0,050$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak ada pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dina Agustine dan Edwin Agung Wibowo (2016).

H₂ : Pada variabel harga hasil uji t menunjukkan bahwa ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar signifikansi $0,001 < 0,005$. Maka H₀ ditolak dan H_a diterima dengan demikian terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.

H₃: Hasil pengolahan data pada program komputer SPSS versi 21 menunjukkan hasil pengujian F atau secara simultan $F_{hitung} (14,951) > nilai F_{tabel} (2,807)$ maka H₀ ditolak dan H_a diterima dan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, dan harga secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Melihat hasil pengolahan data dalam uji t dan F di atas berarti perusahaan dalam

hal ini manajemen CV Kusuma Putra harus lebih memperhatikan dalam memutuskan dan menetapkan harga karena hal ini akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dan meskipun dalam uji t variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan namun ke dua variabel tersebut bila diuji secara bersama-sama akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uji-t (parsial) untuk variabel kualitas pelayanan, hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dina Agustine dan Edwin Agung Wibowo yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada PT Multilindo Utama Batam. Dimana hasil uji-t untuk variabel kualitas pelayanan pada penelitian tersebut menunjukkan nilai $t_{hitung} = 15,660 > t_{tabel} = 2,704$ yang berarti bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Sementara itu pada penelitian ini, yang dilakukan terhadap pelanggan CV Kusuma Putra dengan jumlah responden 50 orang, hasil uji-t untuk variabel kompensasi menunjukkan bahwa $t_{hitung} = 3,691 > t_{tabel} = 2,013$ yang berarti secara parsial variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan pada CV Kusuma Putra. hal ini terjadi karena fakta yang terdapat di perusahaan, bahwa kualitas pelayanan tidak terlalu diperhatikan oleh pihak manajemen, dengan kata lain perusahaan belum sepenuhnya memperhatikan kualitas pelayanan sebagai aspek yang mendukung kelancaran bisnis perusahaan.

Hasil uji-t untuk variabel harga pada penelitian ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} = 3,691 > t_{tabel} = 2,013$ yang berarti secara parsial variabel harga berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV Kusuma Putra. Hal ini sesuai dengan hasil yang diperoleh pada penelitian yang dilakukan oleh Dina Agustine dan Edwin Agung Wibowo yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Multilindo Utama Batam”.

Pada penelitian tersebut, hasil uji-t untuk variabel harga menunjukkan bahwa $t_{hitung} = 5,675 > t_{tabel} = 2,704$ yang berarti bahwa secara parsial, variabel harga berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada PT Multilindo Utama Batam.

SIMPULAN

Melalui pengamatan dan analisa hasil pengolahan data pada 50 responden maka penulis dapat menyimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan karakteristik responden menurut jenis kelamin seimbang antara pria dan wanita, menurut jenjang jabatan rata-rata responden adalah staff. Sementara pendidikan responden kebanyakan adalah tingkat S1 dengan masa kerja mulai dari 3-5 tahun.
2. Pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan besarnya nilai koefisien determinasi atau nilai R_2 sebesar 38,9% dan 61,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis. Keeratan hubungan antar variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan hasil uji korelasi berganda sebesar 62,40%. Hasil tersebut pada interval 0,600-0,624 yang berarti tingkat keeratannya sedang.
3. Hasil pembuktian hipotesis dalam penelitian ini penulis dapat menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Secara bersama-sama kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS* (W. Imaniar ed; 1st ed).
- Enny, M. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Surabaya: UBHARA Manajemen Press.
- Galista, H. (2022). *Pengaruh Penilaian Kinerja, Manajemen Sumber Daya Manusia, Kompensasi, Kepuasan Kinerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia, Tbk Di Cabang Batam*. Skripsi, Universitas Internasional Batam.
- Caesariana, C., Juliansyah, F. & Fitriyani, R. (2021). *Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial (JMPIS). 1 (3) : 211 - 224
- Gofur, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB). 4 (1) : 37-44
- Pratama, H.E dan Sulistiani, H. (2019). *Sistem Penilaian Kepuasan Pelanggan Menggunakan Customer*

Satisfaction Index Pada Penjualan Parfume (Study Kasus: Parfume Corner Bdl). Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (JTSI). 2 (4) : 29-36

Sari, R.S dan Prihartono. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise)*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi (JIMEA). 3 (5) : 1171 – 1184

Susanti, R. , Tonich & Alexandro, R. (2019). *Kualitas Pelayanan Jasa Pada Usaha Laundry Ririn Di Jalan G. Obos Xii Kota Palangka Raya*. Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS). 2 (11) : 244-251