

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CV. LANGGENG JAYA

Suyitna

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: s7_aveiro@yahoo.com

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan CV. Langgeng Jaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 100 orang yang sudah lebih dari satu kali membeli di CV. Langgeng Jaya dengan data yang diperoleh melalui angket. Hasil penelitian yang diperoleh diketahui bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan CV. Langgeng Jaya.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan.

I. PENDAHULUAN

Dengan kondisi persaingan sekarang yang semakin ketat antar perusahaan, setiap perusahaan saling berlomba untuk memperluas pasar mereka. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah meningkatnya penjualan, sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak pelanggan. Terutama tentang suka atau tidaknya pelanggan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Kotler (2003, p. 444) menjelaskan bahwa *service* atau pelayanan adalah tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh suatu pihak (perusahaan) kepada pihak lain (pelanggan), yang pada dasarnya bersifat tidak terwujud, dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Menurut Kotler dan Keller (2009, p35) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan, oleh karena itu dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh faktor – faktor seperti kualitas pelayanan dan harga. Alma (2007, p.107) mengatakan bahwa apabila kualitas pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik atau sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas dan cenderung akan mencoba kembali. Fungsi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan memang sangat berpengaruh selain persoalan harga yang dipatok tiap - tiap produknya. . Dalam penentuan harga setiap perusahaan memiliki sebuah produk yang memang lebih unggul daripada pesaing lainnya, sehingga terkadang pelanggan yang kritis dan tidak melihat dari sisi pelayanan yang membuat rasa nyaman dari pelanggan itu sendiri dikesampingkan, karena orang tersebut lebih memilih pokoknya murah daripada di tempat lain sehingga setiap

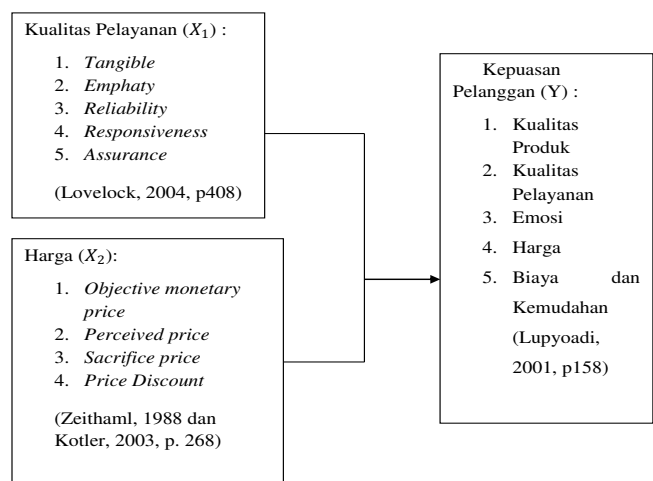
perusahaan tidak terkecuali CV. Langgeng Jaya harus bisa dan memiliki produk unggulan dengan kualitas yang sama tetapi merek yang berbeda yang dibuat sebagai pengganti produk yang dimiliki perusahaan lain dengan harga yang lebih rendah daripada di CV. Langgeng Jaya. Secara umum perusahaan harus mampu menjaga kepuasan pelanggannya, karena kepuasan dapat membuat pelanggannya bertahan. CV. Langgeng Jaya bergerak dibidang distributor barang – barang plastik seperti karpet plastik, jas hujan, taplak meja, dll. CV. Langgeng Jaya memiliki sebuah toko di Pusat Grosir Surabaya dan sebuah gudang untuk penyimpanan barang di Jl. Kapas Madya, Surabaya. Pemilik CV. Langgeng Jaya selalu berusaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya agar pelanggan mempunyai keinginan untuk melakukan pembelian ulang dan dapat menyarankan kepada saudara atau kerabat mereka agar mau berbelanja disini. Dalam penelitian ini peneliti bertujuan menggambarkan kepuasan pelanggan CV. Langgeng Jaya di tinjau dari aspek kualitas pelayanan dan harga.

Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah penelitian, maka masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan CV. Langgeng Jaya?
2. Apakah harga mempengaruhi kepuasan pelanggan CV. Langgeng Jaya?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan CV. Langgeng Jaya?

Kerangka Berpikir



Gambar 1

II. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif.

Populasi dan Sampel Penelitian

Dalam penelitian populasi yang digunakan adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian di CV. Langgeng Jaya Surabaya baik sebagai reseller atau minimal 2 kali. Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden pelanggan CV. Langgeng Jaya.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dihitung dengan menghitung korelasi antar skor tiap butir pernyataan dengan total skor atau disebut uji korelasi Pearson dengan tingkat toleransi kesalahan sebesar 0,05. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table. Jika r hitung lebih besar dari r table dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2009, p.49).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuisioner yang merupakan sebuah indikator dari sebuah variabel dan suatu kuisioner dianggap reliabel jika jawaban dari sampel terhadap pertanyaan bersifat konsisten. Uji reliabilitas akan dilakukan dengan menggunakan uji *statistic cronbach's alpha* (α) dengan ketentuan bahwa variabel yang diteliti dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* (α) adalah di atas 0,6

Uji Asumsi Klasik

- a) Uji Normalitas
- b) Uji Multikolinearitas
- c) Uji Heteroskedastisitas

Skala Pengukuran Data

Format angket dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu : bagian (a) bersifat umum dan berkaitan dengan responden itu sendiri, sedangkan bagian (b) merupakan bagian dari pernyataan – pernyataan mengenai kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan dengan menggunakan skala likert. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pertanyaan – pertanyaan positif yang dapat dijawab sesuai jawaban yang telah ditentukan. Bentuk jawaban dari angket adalah sebagai berikut :

| | | |
|---------------------------|---|--------|
| Sangat Tidak Setuju (STS) | = | Skor 1 |
| Tidak Setuju (TS) | = | Skor 2 |
| Netral (N) | = | Skor 3 |
| Setuju (S) | = | Skor 4 |
| Sangat Setuju (SS) | = | Skor 5 |

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal

yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2004, p190), analisis regresi linear berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya variabel) dependen bila dua atau lebih variabel independen sebagai *factor predictor* di eliminasi. Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

$b_1 \dots b_2$ = Koefisien regresi

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Harga

e = Error

Uji t

Digunakan untuk mengetahui pengaruh masing – masing dari variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan CV. Langgeng Jaya. Menurut Kuncoro (2009, p.238) uji t pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan apakah suatu variabel bebas secara individual memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel tidak bebas.

Uji F

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama – sam terhadap kepuasan pelanggan CV. Langgeng Jaya. Menurut Kuncoro (2009, p.239) uji F digunakan untuk menguji signifikan tidaknya pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis data secara deskriptif ini untuk mendeskripsikan hasil tanggapan responden, yang dalam penelitian ini menggunakan 100 responden.

Untuk mengetahui hasil rata-rata tanggapan responden digunakan *interval class* yang bertujuan untuk menghitung nilai atau skor jawaban yang diisi oleh responden.

Dengan hasil interval kelas 1,33

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sebelum dilakukan pengolahan data, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap 30 angket. Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa uji validitas pada indikator variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan menghasilkan nilai signifikansi r *Pearson* di bawah 0.05 ($\alpha=5\%$) dan nilai koefisien korelasi di atas 0,361. Dari hasil ini disimpulkan bahwa setiap indikator pernyataan dapat dinyatakan valid. Selain itu hasil pengujian reliabilitas pada ketiga variabel penelitian menghasilkan nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0.6. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel.

Analisis Deskriptif Profil Responden

Dalam penelitian ini responden laki – laki lebih dominan dengan total 74% dari total keseluruhan responden dengan usia 31-40 tahun menjadi yang dominan dengan total 37%. Dalam penelitian ini juga responden dengan frekuensi pembelian terbanyak sebanyak 2 kali dengan total 45% dan pendidikan terakhir paling banyak SMA dengan total 48% serta memiliki pekerjaan paling dominan wiraswasta 38% dan yang sudah mengenal CV. Langgeng Jaya 1 tahun yang lalu sebanyak 26%.

Nilaimean Kualitas Pelayanan

Hasil Mean Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

| Pernyataan | Mean | Std. Dev | Kategori |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----------|----------|
| Toko Langgeng Jaya memiliki ruang pelayanan yang rapi | 3.93 | 0,43 | Tinggi |
| Toko Langgeng Jaya selalu menjaga kebersihan ruangan | 3.51 | 0,54 | Sedang |
| Karyawan toko Langgeng Jayamemiliki penampilan yang rapi (menggunakan seragam) | 3.75 | 0,43 | Tinggi |
| Total Mean dimensi <i>Tangible</i> | 3,73 | 0,37 | Tinggi |
| Karyawan toko Langgeng Jayamenghargai pelanggannya (perilaku karyawan terhadap pelanggannya semua sama tanpa memandang status sosial) | 3.75 | 0,51 | Tinggi |
| Karyawan toko Langgeng Jayaselalu menawarkan produk unggulan kepada pelanggan | 3.96 | 0,69 | Tinggi |
| Karyawan toko Langgeng Jaya melayani pelanggan dengan ramah (adanya kata sapaan seperti “mau cari apa” setiap bertemu pelanggan) | 3.67 | 0,55 | Sedang |
| Total Mean dimensi <i>Emphaty</i> | 3,79 | 0,46 | Tinggi |
| Karyawan toko Langgeng Jayatepat dalam memberikan informasi mengenai produk yang ditanyakan pelanggan (informasi mengenai jumlah variasi warna dan ukuran pada produk) | 3.63 | 0,54 | Sedang |
| Karyawan toko Langgeng Jayamemberikan produk | 3.60 | 0,69 | Sedang |

| Pernyataan | Mean | Std. Dev | Kategori |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|---------------|
| sesuai dengan yang dipesan | | | |
| Karyawan toko Langgeng Jaya melayani dengan cepat (adanya batasan waktu 15 menit dalam proses pengambilan barang) | 3.28 | 0,62 | Sedang |
| Total Mean dimensi <i>Reliability</i> | 3,50 | 0,46 | Sedang |
| Karyawan toko Langgeng Jayatanggap dalam memberikan pelayanan (memberikan tempat duduk jika melihat pelanggan berdiri menunggu proses pengambilan barang) | 3.75 | 0,84 | Tinggi |
| Karyawan toko Langgeng Jayabersedia menjawab semua pertanyaan pelanggan | 3.32 | 0,61 | Sedang |
| Karyawan toko Langgeng Jaya bersedia membantu pelanggan yang bingung dalam memilih produk yang ditawarkan | 3.40 | 0,65 | Sedang |
| Total Mean dimensi <i>Responsiveness</i> | 3,49 | 0,59 | Sedang |
| Karyawan toko Langgeng Jayamelayani dengan sabar (perilaku karyawan terhadap pelanggan) | 3.37 | 0,56 | Sedang |
| Karyawan toko Langgeng Jaya menguasai informasi mengenai produk yang dijual(bahan yang digunakan) | 3.73 | 0,61 | Tinggi |
| Karyawan toko Langgeng Jayabertutur kata baik dengan pelanggan | 3.49 | 0,67 | Sedang |
| Total Mean dimensi <i>Assurance</i> | 3,53 | 0,48 | Sedang |
| Mean Secara Keseluruhan Variabel Kualitas Pelayanan (X₁) | 3.61 | 0,32 | Sedang |

Diketahui bahwa tanggapan responden akan variabel Kualitas Pelayanan (X₁) sebagian besar memberi pernyataan “Karyawan Toko Langgeng Jayamemahami apa yang diinginkan pelanggan”, dengan memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 3.96, yang ada pada indikator *Emphaty* (Empati). Sedangkan secara keseluruhan nilai rata-rata tanggapan responden tentang seluruh variabel Kualitas

Pelayanan tersebut sebesar 3.61. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan CV. Langgeng Jaya dapat dikatakan baik.

Nilai mean Harga

| No. | Pernyataan | Mean | Standar Deviasi | Kategori |
|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------|---------------|
| 1 | Harga barang yang dijual toko Langgeng Jaya relatif bersaing. | 3.33 | 0,56 | Sedang |
| 2 | Harga yang ditetapkan toko Langgeng Jaya sesuai dengan kualitasnya. | 3.83 | 0,40 | Tinggi |
| Mean Secara Keseluruhan Variabel Harga (X₂) | | 3.58 | 0,42 | Sedang |

Diketahui bahwa sebagian besar responden memberi pernyataan “Harga yang ditetapkan toko Langgeng Jaya sesuai dengan kualitasnya”, dengan memberikan nilai rata-rata tertinggi sebesar 3.83. Hal ini dapat diartikan bahwa Harga yang ada di CV Langgeng Jaya sesuai dengan kualitasnya. Sedangkan secara keseluruhan variabel Harga mendapat nilai mean 3.58. Hal ini menunjukkan responden memberi nilai baik atas harga dari CV. Langgeng Jaya.

Nilai mean Kepuasan Pelanggan

| Pernyataan | Mean | Std. Dev | Kategori |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------|----------|----------|
| Produk yang dijual toko Langgeng Jaya bervariasi | 4.07 | 0,62 | Puas |
| Produk yang dijual toko Langgeng Jaya memiliki kualitas yang baik | 3.83 | 0,40 | Puas |
| Total Mean Kualitas Produk | 3,95 | 0,47 | Puas |
| Saya puas dengan pelayanan yang baik diberikan toko Langgeng Jaya | 4.01 | 0,48 | Puas |
| Saya puas dengan keramahan karyawan toko Langgeng Jaya | 4.10 | 0,64 | Puas |
| Total Mean Kualitas Pelayanan | 4,05 | 0,45 | Puas |
| Saya memiliki rasa bangga membeli produk tertentu di toko Langgeng Jaya | 3.99 | 0,61 | Puas |
| Saya merasa senang dihargai sebagai pelanggan jika berbelanja di toko Langgeng Jaya | 3.71 | 0,75 | Puas |
| Total Mean Emosi | 3,85 | 0,56 | Puas |

| Pernyataan | Mean | Std. Dev | Kategori |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Saya menilai harga yang diberikan toko Langgeng Jaya merupakan harga yang terjangkau | 3.80 | 0,84 | Puas |
| Saya mendapat potongan harga jika membeli dalam ketentuan tertentu | 3.76 | 0,75 | Puas |
| Total Mean Harga | 3,78 | 0,71 | Puas |
| Saya merasakan kemudahan dalam mendapatkan produk yang diinginkan | 3.99 | 0,73 | Puas |
| Saya merasa biaya yang dikorbankan sesuai dengan kualitas yang diharapkan | 3.93 | 0,72 | Puas |
| Total Mean Biaya dan Kemudahan | 3,96 | 0,60 | Puas |
| Mean Secara Keseluruhan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) | 3.92 | 0,36 | Puas |

Menunjukkan bahwa responden memberi nilai tertinggi untuk pernyataan ” Saya puas dengan keramahan karyawan toko Langgeng Jaya” dengan nilai rata – rata tertinggi sebesar 4,10. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa puas atas keramahan karyawan dalam melayani pelanggannya. Sedangkan untuk secara keseluruhan variabel kepuasan nilai rata – rata sebesar 3,92. Hal ini menunjukkan responden secara keseluruhan puas dengan CV. Langgeng Jaya.

Crosstab

Kualitas Pelayanan ditinjau dari Jenis Kelamin

| | | Kat_Kualitas | | | Total | |
|---------------|-------------|--------------|--------|--------|-------|--------|
| | | Rendah | Sedang | Tinggi | | |
| Jenis Kelamin | Laki - Laki | Count | 2 | 44 | 28 | 74 |
| | | % of Total | 2.0% | 44.0% | 28.0% | 74.0% |
| | Perempuan | Count | 0 | 12 | 14 | 26 |
| | | % of Total | .0% | 12.0% | 14.0% | 26.0% |
| Total | | Count | 2 | 56 | 42 | 100 |
| | | % of Total | 2.0% | 56.0% | 42.0% | 100.0% |

Menunjukkan bahwa responden laki – laki memiliki penilaian sedang terhadap kualitas pelayanan yaitu sebanyak 56 orang dengan presentase sebesar 56%, sedangkan responden perempuan memberi penilaian tinggi bagi kualitas pelayanan CV. Langgeng Jaya yaitu sebanyak 42 orang dengan persentase sebesar 42 %.

Kualitas Pelayanan ditinjau dari Usia

| | | | Kat_Kualitas | | | Total |
|---------------|------------|------------|--------------|--------|--------|--------|
| | | | Rendah | Sedang | Tinggi | |
| Usia | < 20 tahun | Count | 0 | 2 | 6 | 8 |
| | | % of Total | .0% | 2.0% | 6.0% | 8.0% |
| 21 - 30 tahun | Count | 2 | 21 | 7 | 30 | |
| | | % of Total | 2.0% | 21.0% | 7.0% | 30.0% |
| 31 - 40 tahun | Count | 0 | 21 | 16 | 37 | |
| | | % of Total | .0% | 21.0% | 16.0% | 37.0% |
| > 40 tahun | Count | 0 | 12 | 13 | 25 | |
| | | % of Total | .0% | 12.0% | 13.0% | 25.0% |
| Total | Count | 2 | 56 | 42 | 100 | |
| | | % of Total | 2.0% | 56.0% | 42.0% | 100.0% |

Menunjukkan bahwa responden paling banyak memberi penilaian sedang terhadap kualitas pelayanan CV. Langgeng Jaya dengan rentang usia sekitar 21-30 Tahun dan 31-40 Tahun yaitu masing-masing sebanyak 21 orang dengan persentase sebesar 21%.

Kualitas Pelayanan ditinjau dari Frekuensi Pembelian

| | | | Kat_Kualitas | | | Total |
|---------------------|--------|------------|--------------|--------|--------|--------|
| | | | Rendah | Sedang | Tinggi | |
| Frekuensi Pembelian | 2 kali | Count | 1 | 23 | 21 | 45 |
| | | % of Total | 1.0% | 23.0% | 21.0% | 45.0% |
| 3 kali | Count | 1 | 24 | 11 | 36 | |
| | | % of Total | 1.0% | 24.0% | 11.0% | 36.0% |
| 4 kali | Count | 0 | 4 | 7 | 11 | |
| | | % of Total | .0% | 4.0% | 7.0% | 11.0% |
| > 4 kali | Count | 0 | 5 | 3 | 8 | |
| | | % of Total | .0% | 5.0% | 3.0% | 8.0% |
| Total | Count | 2 | 56 | 42 | 100 | |
| | | % of Total | 2.0% | 56.0% | 42.0% | 100.0% |

Menunjukkan bahwa responden dengan frekuensi pembelian sebanyak 3 kali memberikan penilaian sedang paling banyak dengan 24% sedangkan responden dengan frekuensi pembelian 2 kali memberikan penilaian tinggi paling banyak dengan 21%.

Kualitas Pelayanan ditinjau dari Pendidikan Terakhir

| | | | Kat_Kualitas | | | Total |
|---------------------|-------|------------|--------------|--------|--------|--------|
| | | | Rendah | Sedang | Tinggi | |
| Pendidikan Terakhir | SD | Count | 0 | 1 | 3 | 4 |
| | | % of Total | .0% | 1.0% | 3.0% | 4.0% |
| SMP | Count | 0 | 16 | 12 | 28 | |
| | | % of Total | .0% | 16.0% | 12.0% | 28.0% |
| SMA | Count | 1 | 24 | 23 | 48 | |
| | | % of Total | 1.0% | 24.0% | 23.0% | 48.0% |
| Perguruan Tinggi | Count | 1 | 15 | 4 | 20 | |
| | | % of Total | 1.0% | 15.0% | 4.0% | 20.0% |
| Total | Count | 2 | 56 | 42 | 100 | |
| | | % of Total | 2.0% | 56.0% | 42.0% | 100.0% |

menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMA paling banyak memberikan penilaian sedang dan tinggi terhadap kualitas pelayanan yaitu sebanyak 24 orang dengan persentase sebesar 24% dan 23 orang dengan persentase sebesar 23%.

Kualitas Pelayanan ditinjau dari Pekerjaan Pelanggan

| | | | Kat_Kualitas | | | Total |
|------------------|---------------------|------------|--------------|--------|--------|--------|
| | | | Rendah | Sedang | Tinggi | |
| Pekerjaan | Pelajar / mahasiswa | Count | 0 | 3 | 5 | 8 |
| | | | % of Total | .0% | 3.0% | 5.0% |
| Wiraswasta | Count | 1 | 20 | 17 | 38 | |
| | | % of Total | 1.0% | 20.0% | 17.0% | 38.0% |
| Pegawai Swasta | Count | 0 | 5 | 2 | 7 | |
| | | % of Total | .0% | 5.0% | 2.0% | 7.0% |
| Pegawai Negeri | Count | 1 | 20 | 9 | 30 | |
| | | % of Total | 1.0% | 20.0% | 9.0% | 30.0% |
| Ibu rumah tangga | Count | 0 | 8 | 9 | 17 | |
| | | % of Total | .0% | 8.0% | 9.0% | 17.0% |
| Total | Count | 2 | 56 | 42 | 100 | |
| | | % of Total | 2.0% | 56.0% | 42.0% | 100.0% |

Menunjukkan bahwa responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta dan pegawai negeri sama – sama memberikan penilaian sedang yaitu sebanyak 20 orang dengan persentase sebesar 20%.

Kualitas Pelayanan ditinjau dari lama pelanggan dalam mengenal CV. Langgeng Jaya

| | | | Kat_Kualitas | | | Total |
|------------------------------|---------------------|------------|--------------|--------|--------|--------|
| | | | Rendah | Sedang | Tinggi | |
| lengenal Toko Langgeng Jaya | Kurang dari 1 tahun | Count | 1 | 9 | 8 | 18 |
| | | | % of Total | 1.0% | 9.0% | 8.0% |
| 1 tahun yang lalu | Count | 0 | 20 | 6 | 26 | |
| | | % of Total | .0% | 20.0% | 6.0% | 26.0% |
| 2 tahun yang lalu | Count | 0 | 7 | 6 | 13 | |
| | | % of Total | .0% | 7.0% | 6.0% | 13.0% |
| 3 tahun yang lalu | Count | 1 | 7 | 16 | 24 | |
| | | % of Total | 1.0% | 7.0% | 16.0% | 24.0% |
| Lebih dari 3 tahun yang lalu | Count | 0 | 13 | 6 | 19 | |
| | | % of Total | .0% | 13.0% | 6.0% | 19.0% |
| Total | Count | 2 | 56 | 42 | 100 | |
| | | % of Total | 2.0% | 56.0% | 42.0% | 100.0% |

Menunjukkan bahwa responden yang sudah mengenal CV. Langgeng Jaya 1 tahun yang lalu paling banyak memberikan penilaian sedang yaitu sebanyak 20 orang dengan persentase sebesar 20%, sedangkan responden yang sudah mengenal CV. Langgeng Jaya 3 tahun yang lalu paling banyak memberikan penilaian tinggi yaitu sebanyak 16 orang dengan persentase sebesar 16%.

Harga ditinjau dari Jenis Kelamin

| | | | Kat_Harga | | | Total |
|---------------|-------------|------------|------------|--------|--------|--------|
| | | | Rendah | Sedang | Tinggi | |
| Jenis Kelamin | Laki - Laki | Count | 1 | 50 | 23 | 74 |
| | | | % of Total | 1.0% | 50.0% | 23.0% |
| Perempuan | Count | 0 | 12 | 14 | 26 | |
| | | % of Total | .0% | 12.0% | 14.0% | 26.0% |
| Total | Count | 1 | 62 | 37 | 100 | |
| | | % of Total | 1.0% | 62.0% | 37.0% | 100.0% |

Menunjukkan bahwa responden laki – laki paling banyak memberikan penilaian sedang yaitu sebanyak 50 orang dengan persentase sebesar 50% dan penilaian tinggi yaitu sebanyak 23 orang dengan persentase sebesar 23%.

Harga ditinjau dari Usia

| | | | Kat_Harga | | | Total |
|-----------------|------------|------|-----------|--------|--------|-------|
| | | | Rendah | Sedang | Tinggi | |
| Usia < 20 tahun | Count | 0 | 5 | 3 | 8 | |
| | % of Total | .0% | 5.0% | 3.0% | 8.0% | |
| 1 - 30 tahun | Count | 1 | 21 | 8 | 30 | |
| | % of Total | 1.0% | 21.0% | 8.0% | 30.0% | |
| 31 - 40 tahun | Count | 0 | 21 | 16 | 37 | |
| | % of Total | .0% | 21.0% | 16.0% | 37.0% | |
| > 40 tahun | Count | 0 | 15 | 10 | 25 | |
| | % of Total | .0% | 15.0% | 10.0% | 25.0% | |
| Total | Count | 1 | 62 | 37 | 100 | |
| | % of Total | 1.0% | 62.0% | 37.0% | 100.0% | |

Menunjukkan bahwa responden dengan usia 1-30 tahun dan 31-40 tahun memberikan paling banyak penilaian sedang yaitu sebanyak 21 orang dengan persentase sebesar 21%, sedangkan penilaian tinggi paling banyak diberikan oleh responden dengan usia 31-40 tahun yaitu sebanyak 16 orang dengan persentase sebesar 16%.

Harga ditinjau dari Frekuensi Pembelian

| | | | Kat_Harga | | | Total |
|----------------------------|------------|------|-----------|--------|--------|-------|
| | | | Rendah | Sedang | Tinggi | |
| Frekuensi Pembelian 2 kali | Count | 0 | 27 | 18 | 45 | |
| | % of Total | .0% | 27.0% | 18.0% | 45.0% | |
| 3 kali | Count | 1 | 23 | 12 | 36 | |
| | % of Total | 1.0% | 23.0% | 12.0% | 36.0% | |
| 4 kali | Count | 0 | 5 | 6 | 11 | |
| | % of Total | .0% | 5.0% | 6.0% | 11.0% | |
| > 4 kali | Count | 0 | 7 | 1 | 8 | |
| | % of Total | .0% | 7.0% | 1.0% | 8.0% | |
| Total | Count | 1 | 62 | 37 | 100 | |
| | % of Total | 1.0% | 62.0% | 37.0% | 100.0% | |

Menunjukkan bahwa responden dengan frekuensi pembelian 2 kali memberikan paling banyak penilaian sedang yaitu sebanyak 27 orang dengan persentase sebesar 27% dan penilaian tinggi yaitu sebanyak 18.0 orang dengan persentase sebesar 18%.

Harga ditinjau dari Pendidikan Terakhir

| | | | Kat_Harga | | | Total |
|------------------------|------------|------|-----------|--------|--------|-------|
| | | | Rendah | Sedang | Tinggi | |
| Pendidikan Terakhir SD | Count | 0 | 3 | 1 | 4 | |
| | % of Total | .0% | 3.0% | 1.0% | 4.0% | |
| SMP | Count | 0 | 17 | 11 | 28 | |
| | % of Total | .0% | 17.0% | 11.0% | 28.0% | |
| SMA | Count | 0 | 29 | 19 | 48 | |
| | % of Total | .0% | 29.0% | 19.0% | 48.0% | |
| Perguruan Tinggi | Count | 1 | 13 | 6 | 20 | |
| | % of Total | 1.0% | 13.0% | 6.0% | 20.0% | |
| Total | Count | 1 | 62 | 37 | 100 | |
| | % of Total | 1.0% | 62.0% | 37.0% | 100.0% | |

Menunjukkan bahwa responden dengan pendidikan terakhir SMA memberikan paling banyak penilaian sedang yaitu sebanyak 29 orang dengan persentase sebesar 29 % dan penilaian tinggi yaitu sebanyak 19 orang dengan persentase sebesar 19%.

Harga ditinjau dari Pekerjaan

| | | | Kat_Harga | | | Total |
|-------------------------------|------------|------|-----------|--------|--------|-------|
| | | | Rendah | Sedang | Tinggi | |
| Pekerjaan Pelajar / mahasiswa | Count | 0 | 6 | 2 | 8 | |
| | % of Total | .0% | 6.0% | 2.0% | 8.0% | |
| Wirawasta | Count | 0 | 25 | 13 | 38 | |
| | % of Total | .0% | 25.0% | 13.0% | 38.0% | |
| Pegawai Swasta | Count | 0 | 4 | 3 | 7 | |
| | % of Total | .0% | 4.0% | 3.0% | 7.0% | |
| Pegawai Negeri | Count | 1 | 19 | 10 | 30 | |
| | % of Total | 1.0% | 19.0% | 10.0% | 30.0% | |
| Ibu rumah tangga | Count | 0 | 8 | 9 | 17 | |
| | % of Total | .0% | 8.0% | 9.0% | 17.0% | |
| Total | Count | 1 | 62 | 37 | 100 | |
| | % of Total | 1.0% | 62.0% | 37.0% | 100.0% | |

Menunjukkan bahwa responden dengan pekerjaan sebagai wirawasta paling banyak memberikan penilaian sedang dan tinggi dengan 25% dan 13%.

Harga ditinjau dari lama pelanggan CV. Langgeng Jaya.

| | | | Kat_Harga | | | Total |
|-------------------------------------------------|------------|------|-----------|--------|--------|-------|
| | | | Rendah | Sedang | Tinggi | |
| Mengenal Toko Langgeng Jaya Kurang dari 1 tahun | Count | 0 | 12 | 6 | 18 | |
| | % of Total | .0% | 12.0% | 6.0% | 18.0% | |
| 1 tahun yang lalu | Count | 0 | 17 | 9 | 26 | |
| | % of Total | .0% | 17.0% | 9.0% | 26.0% | |
| 2 tahun yang lalu | Count | 0 | 10 | 3 | 13 | |
| | % of Total | .0% | 10.0% | 3.0% | 13.0% | |
| 3 tahun yang lalu | Count | 1 | 10 | 13 | 24 | |
| | % of Total | 1.0% | 10.0% | 13.0% | 24.0% | |
| Lebih dari 3 tahun yang lalu | Count | 0 | 13 | 6 | 19 | |
| | % of Total | .0% | 13.0% | 6.0% | 19.0% | |
| Total | Count | 1 | 62 | 37 | 100 | |
| | % of Total | 1.0% | 62.0% | 37.0% | 100.0% | |

Menunjukkan bahwa responden yang mengenal CV. Langgeng Jaya 1 tahun yang lalu memberikan penilaian paling banyak sedang dengan 17%, sedangkan responden yang mengenal sejak 3 tahun yang lalu memberikan penilaian tinggi dengan 13%.

Kepuasan Pelanggan ditinjau dari Jenis Kelamin

| | | | Kat_Kepuasan | | | Total |
|---------------------------|------------|------|--------------|--------|--------|-------|
| | | | Rendah | Sedang | Tinggi | |
| Jenis Kelamin Laki - Laki | Count | 1 | 24 | 49 | 74 | |
| | % of Total | 1.0% | 24.0% | 49.0% | 74.0% | |
| Perempuan | Count | 0 | 4 | 22 | 26 | |
| | % of Total | .0% | 4.0% | 22.0% | 26.0% | |
| Total | Count | 1 | 28 | 71 | 100 | |
| | % of Total | 1.0% | 28.0% | 71.0% | 100.0% | |

Menunjukkan bahwa responden laki – laki memberikan penilaian tinggi terhadap kepuasan pelanggan CV. Langgeng Jaya yaitu sebanyak 49 orang dengan persentase sebesar 49% dan perempuan memberikan penilaian tinggi terhadap kepuasan pelanggan CV. Langgeng Jaya yaitu sebanyak 22 orang dengan persentase sebesar 22%.

Kepuasan Pelanggan ditinjau dari Usia

| | | | Kat_Kepuasan | | | Total |
|-----------------|------------|------|--------------|--------|--------|-------|
| | | | Rendah | Sedang | Tinggi | |
| Usia < 20 tahun | Count | 0 | 1 | 7 | 8 | |
| | % of Total | .0% | 1.0% | 7.0% | 8.0% | |
| 21 - 30 tahun | Count | 1 | 12 | 17 | 30 | |
| | % of Total | 1.0% | 12.0% | 17.0% | 30.0% | |
| 31 - 40 tahun | Count | 0 | 9 | 28 | 37 | |
| | % of Total | .0% | 9.0% | 28.0% | 37.0% | |
| > 40 tahun | Count | 0 | 6 | 19 | 25 | |
| | % of Total | .0% | 6.0% | 19.0% | 25.0% | |
| Total | Count | 1 | 28 | 71 | 100 | |
| | % of Total | 1.0% | 28.0% | 71.0% | 100.0% | |

Menunjukkan bahwa responden dengan usia 31-40 tahun memberikan penilaian tinggi paling banyak yaitu 28 orang dengan persentase sebesar 28%.

Kepuasan pelanggan ditinjau dari Frekuensi Pembelian

| | | | Kat_Kepuasan | | | Total |
|----------------------------|------------|------|--------------|--------|--------|-------|
| | | | Rendah | Sedang | Tinggi | |
| Frekuensi Pembelian 2 kali | Count | 0 | 9 | 36 | 45 | |
| | % of Total | .0% | 9.0% | 36.0% | 45.0% | |
| 3 kali | Count | 1 | 14 | 21 | 36 | |
| | % of Total | 1.0% | 14.0% | 21.0% | 36.0% | |
| 4 kali | Count | 0 | 2 | 9 | 11 | |
| | % of Total | .0% | 2.0% | 9.0% | 11.0% | |
| > 4 kali | Count | 0 | 3 | 5 | 8 | |
| | % of Total | .0% | 3.0% | 5.0% | 8.0% | |
| Total | Count | 1 | 28 | 71 | 100 | |
| | % of Total | 1.0% | 28.0% | 71.0% | 100.0% | |

Menunjukkan bahwa responden dengan frekuensi pembelian 3 kali memberikan penilaian tinggi paling banyak yaitu 21 orang dengan persentase sebesar 21%.

Kepuasan Pelanggan ditinjau dari Pendidikan Terakhir

| | | | Kat_Kepuasan | | | Total |
|------------------------|------------|------|--------------|--------|--------|-------|
| | | | Rendah | Sedang | Tinggi | |
| Pendidikan Terakhir SD | Count | 0 | 1 | 3 | 4 | |
| | % of Total | .0% | 1.0% | 3.0% | 4.0% | |
| SMP | Count | 0 | 6 | 22 | 28 | |
| | % of Total | .0% | 6.0% | 22.0% | 28.0% | |
| SMA | Count | 0 | 12 | 36 | 48 | |
| | % of Total | .0% | 12.0% | 36.0% | 48.0% | |
| Perguruan Tinggi | Count | 1 | 9 | 10 | 20 | |
| | % of Total | 1.0% | 9.0% | 10.0% | 20.0% | |
| Total | Count | 1 | 28 | 71 | 100 | |
| | % of Total | 1.0% | 28.0% | 71.0% | 100.0% | |

Menunjukkan bahwa responden dengan pendidikan terakhir SMA memberikan penilaian tinggi paling banyak yaitu 36 orang dengan persentase sebesar 36%.

Kepuasan Pelanggan ditinjau dari Pekerjaan

| | | | Kat_Kepuasan | | | Total |
|-------------------------------|------------|------|--------------|--------|--------|-------|
| | | | Rendah | Sedang | Tinggi | |
| Pekerjaan Pelajar / mahasiswa | Count | 0 | 1 | 7 | 8 | |
| | % of Total | .0% | 1.0% | 7.0% | 8.0% | |
| Wirawasta | Count | 0 | 10 | 28 | 38 | |
| | % of Total | .0% | 10.0% | 28.0% | 38.0% | |
| Pegawai Swasta | Count | 0 | 0 | 7 | 7 | |
| | % of Total | .0% | .0% | 7.0% | 7.0% | |
| Pegawai Negeri | Count | 1 | 14 | 15 | 30 | |
| | % of Total | 1.0% | 14.0% | 15.0% | 30.0% | |
| Ibu rumah tangga | Count | 0 | 3 | 14 | 17 | |
| | % of Total | .0% | 3.0% | 14.0% | 17.0% | |
| Total | Count | 1 | 28 | 71 | 100 | |
| | % of Total | 1.0% | 28.0% | 71.0% | 100.0% | |

Menunjukkan bahwa responden dengan pekerjaan sebagai wirawasta memberikan penilaian tinggi paling banyak yaitu 28 orang dengan persentase sebesar 28%.

Kepuasan Pelanggan ditinjau lama mengenal CV Langgeng Jaya.

| | | | Kat_Kepuasan | | | Total |
|------------------------------|---------------------|------------|--------------|--------|--------|-------|
| | | | Rendah | Sedang | Tinggi | |
| Mengenal Toko Langgeng Jaya | Kurang dari 1 tahun | Count | 0 | 6 | 12 | 18 |
| | | % of Total | .0% | 6.0% | 12.0% | 18.0% |
| 1 tahun yang lalu | Count | 0 | 7 | 19 | 26 | |
| | % of Total | .0% | 7.0% | 19.0% | 26.0% | |
| 2 tahun yang lalu | Count | 0 | 4 | 9 | 13 | |
| | % of Total | .0% | 4.0% | 9.0% | 13.0% | |
| 3 tahun yang lalu | Count | 1 | 4 | 19 | 24 | |
| | % of Total | 1.0% | 4.0% | 19.0% | 24.0% | |
| Lebih dari 3 tahun yang lalu | Count | 0 | 7 | 12 | 19 | |
| | % of Total | .0% | 7.0% | 12.0% | 19.0% | |
| Total | Count | 1 | 28 | 71 | 100 | |
| | % of Total | 1.0% | 28.0% | 71.0% | 100.0% | |

Menunjukkan bahwa responden yang mengenal CV. Langgeng Jaya dari 1 tahun yang lalu dan 2 tahun yang lalu memberikan penilaian tinggi paling banyak yaitu 19 orang dengan persentase sebesar 19%.

Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan uji *kolmogorov smirnov*. Hasil analisis menunjukkan bahwa signifikansi uji *kolmogorov smirnov* yang dihasilkan sebesar 0,119 > 0.05 ($\alpha=5\%$). Hasil ini menyimpulkan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi.

| Keterangan | Hasil Uji |
|---------------------|-----------|
| Jumlah (N) | 100 |
| Kolmogrov-Smirnov Z | 1,188 |
| Sig. | 0,119 |

Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai VIF. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai VIF kedua variabel bebas penelitian yaitu sebesar 2.660 dan 2.660 < 10. Hasil ini menyimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi.

| Collinearity Statistics | | |
|--------------------------------------|------------------------|-------|
| Variabel | Tolerance | VIF |
| Kualitas Pelayanan (X ₁) | 0,376 | 2.660 |
| Harga (X ₂) | 0,376 | 2.660 |
| Variabel Terikat | Kepuasan Pelanggan (Y) | |

Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji korelasi *Spearman*. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi korelasi antara X₁ dan absolut residual yaitu sebesar 0.545, nilai signifikansi korelasi antara X₂ dan absolut residual yaitu sebesar 0.642. Kedua nilai signifikansi ini nilainya lebih besar dari 0.05, sehingga disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas atau dengan kata lain asumsi non-heteroskedastisitas telah terpenuhi

Model Analisis Regresi

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan CV. Langgeng Jaya. Pengolahan data dilakukan dengan program SPSS. Berikut ini adalah hasil analisis regresi linier berganda:

| Model | Koefisien Regresi | t hitung | Sig |
|--------------------------------------|-------------------|----------|-------|
| Constant | 0.806 | 3.632 | 0.000 |
| Kualitas Pelayanan (X ₁) | 0.679 | 6.808 | 0.000 |
| Harga (X ₂) | 0.185 | 2.401 | 0.018 |
| R = 0.825 | R Square = 0.681 | | |
| F _{hitung} = 103.669 | Sig. = 0.000 | | |

Hasil perhitungan diatas diperoleh persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = 0.806 + 0.679 X_1 + 0.185 X_2 + e_i$$

Koefisien Determinasi

Diketahui bahwa dalam penelitian ini memiliki nilai koefisien determinasi (R²) = 0,681. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan CV. Langgeng Jaya dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan harga sebesar 68,1%, dan sebesar 31,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji di dalam penelitian ini.

Hasil Uji F dan Uji t

Berikut ini hasil uji F dan uji t yang dihasilkan pada model regresi dalam penelitian ini:

| Variabel | t _{hitung} | t _{tabel} | Sig. | Syarat | Kriteria |
|------------------------------|---------------------|--------------------|-------|--------|------------------------|
| Kualitas Pelayanan | 6.808 | 1,660 | 0.000 | < 0,05 | H ₀ ditolak |
| Harga | 2.401 | 1,660 | 0.018 | < 0,05 | H ₀ ditolak |
| Variabel | F _{hitung} | F _{tabel} | Sig. | Syarat | Kriteria |
| Kualitas Pelayanan dan Harga | 103,669 | 3,09 | 0.000 | < 0,05 | H ₀ ditolak |

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa :

- H₁ :Kualitas pelayanan (X₁)berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang dapat dilihat dari nilai t hitung 6,808 yang lebih besar dari t tabel 1,660, dan nilai signifikan 0,000 yang lebih kecil dari 0,05
- H₂ :Harga (X₂) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang dapat dilihat dari t hitung 2,401 yang lebih besar dari t tabel 1,660, dan nilai signifikan 0,018 yang lebih kecil dari 0,05.
- H₃:Kualitas pelayanan (X₁) dan harga (X₂) secara simultan

| Variabel Bebas | B | t | Sig |
|--------------------------------------|--------|--------|-------|
| Constant | 0,344 | 3,084 | 0,003 |
| Kualitas Pelayanan (X ₁) | -0.030 | -0.608 | 0.545 |
| Harga (X ₂) | -0.018 | 0.466 | 0.642 |

terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji pengaruh parsial yang dilakukan dengan uji t menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, karena nilai t_{sig} sebesar 0,000 < 0.05, yang berarti kepuasan pelanggan dapat dibentuk dengan adanya kualitas pelayanan yang baik. Hal ini berarti hipotesis yang berbunyi “kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan CV. Langgeng Jaya”, dinyatakan diterima.

Hubungan kedua variabel tersebut adalah positif, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh CV. Langgeng Jaya maka akan semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa apabila CV. Langgeng Jaya ingin meningkatkan kepuasan pelanggannya, maka penting untuk memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, seperti Tjiptono (2011:435) yang menyatakan bahwa pelanggan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji pengaruh parsial yang dilakukan dengan uji t menunjukkan bahwa Harga secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, karena nilai t_{sig} sebesar 0,018 < 0.05, yang berarti kepuasan pelanggan dapat dibentuk dengan adanya harga yang sesuai. Hal ini berarti hipotesis yang berbunyi “harga mempengaruhi kepuasan pelanggan CV. Langgeng Jaya”, dinyatakan diterima.

Hubungan kedua variabel tersebut adalah positif, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin sesuai harga yang ditawarkan

oleh CV. Langgeng Jaya maka akan semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dalam membeli produk. Hal ini menunjukkan bahwa apabila CV. Langgeng Jaya ingin meningkatkan kepuasan pelanggannya, maka penting untuk menentukan harga yang sesuai dengan mengamati harga pesaing agar harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan kompetitor.

Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Ghozali dan Supriyatin (2014) yang secara parsial menemukan bahwa bahwa harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan padajasa pengiriman barang CV Jaya Samudra. Hasil dalam penelitian ini juga mendukung temuan penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2014) yang meneliti tentang pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada konsumen toko HP (handphone) "Jati Bird" Semarang yang menemukan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat diartikan bahwa jika harga terjangkau maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap

Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis menunjukkan variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2), secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini diketahui dari hasil uji F yang menunjukkan bahwa nilai sig. dalam uji F sebesar 0,000 yang artinya < dari 0,05, sehingga seluruh variabel independen yang terdiri dari Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada CV Langgeng Jaya. Dengan demikian hipotesis ketiga penelitian yang berbunyi "kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan CV. Langgeng Jaya" adalah terbukti kebenarannya.

Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Ofela (2016) yang menemukan bahwa harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara serentak / simultan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan konsumen.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Pelanggan CV. Langgeng Jaya.
2. Harga berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Pelanggan CV. Langgeng Jaya.
3. Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Pelanggan CV. Langgeng Jaya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dan simpulan yang diperoleh, ada beberapa saran yang ingin disampaikan pada CV. Langgeng Jaya sebagai berikut:

1. Diharapkan agar CV. Langgeng Jaya bisa menambah jumlah karyawan dan memberikan tugas masing – masing karyawan agar dapat melayani pelanggan dengan

cepat, serta menegur karyawan yang tidak bekerja dengan serius yang menyebabkan keterlambatan proses pelayanan.

2. Diharapkan agar CV. Langgeng Jaya memperhatikan harga dari para pesaingnya sebagai perbandingan agar CV. Langgeng Jaya dapat tetap bersaing.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan penelitian dengan variabel-variabel lain diluar variabel yang telah diteliti ini agar dapat memperoleh hasil yang lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2007) "*Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa*". Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2009). "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*". Semarang : Undip.
- Ghozali & Supriyatin. (2014) "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Expedisi di Surabaya". *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol. 3 No. 3
- Kotler & Keller. (2012). "*Marketing Management, 14th*", Person Education
- Kotler, P. & G. Armstrong. (2008)."*Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2*". edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta
- Kuncoro, Mudrajad. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga
- Ofela, (2016) "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*: Vol 5, No 1.
- Sugiyono, (2006). "*Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*". Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2005). "*Memahami Penelitian Kualitatif*". Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. (2007). "*Metode Penelitian administrasi*". Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, F. (2007)."*Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*". Andi Offset. Yogyakarta
- Wijaya, (2014) "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Counter HP Jati Bird Semarang". *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol. 3 No. 10.