

P-ISSN: 3047-3527, E-ISSN: 3047-7018
JURAMA, Vol. 1, No. 2, Mei 2024
Lembaga Aspirasi Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian
Putra Bangsa (LP4B) Tangerang Selatan



Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada TB Mandala Toko Besi & Bangunan

Annisa Arizky Sujayana¹, Iis Novianti²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email: annisaarizky176@gmail.com¹ dosen01107@unpam.ac.id²

Abstract

The aim of this research is to determine the effect of service quality and price on consumer satisfaction at TB Mandala Iron & Building Store. The method used is quantitative. The sampling technique used the ancient rao formula and a sample of 96 respondents was obtained. Data analysis uses validity tests, reliability tests, classical assumption tests, regression analysis, correlation coefficients, coefficients of determination and hypothesis testing. The population in this study was TB Mandala Iron & Building Shop consumers and the total sample size was 96 respondents. Data collection methods are through questionnaires with a Likert scale, observation, and literature study. The results of this research are that service quality has a significant positive effect on consumer satisfaction with a coefficient of determination value of 41.6% and the hypothesis test obtained $t_{count} > t_{table}$ or $(8.182 > 1.986)$. Price has a significant negative effect on consumer satisfaction with a coefficient of determination value of 20.4% and the hypothesis test obtained $t_{count} > t_{table}$ or $(-4.907 > -1.986)$. Service quality and price simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction with the regression equation $Y = 24.980 + 0.488X_1 + 0.136X_2$, the coefficient of determination value is 52.8% while the remaining 47.2% is influenced by other factors. Hypothesis testing obtained calculated F value $> F_{table}$ or $(52.040 > 2.700)$.

Keywords: Service Quality, Price, Consumer Satisfaction

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada TB Mandala Toko Besi & Bangunan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus rao purba dan diperoleh sampel sebanyak 96 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen TB Mandala Toko Besi & Bangunan dan jumlah sampel jenuh berjumlah 96 responden. Metode pengumpulan data melalui kuesioner dengan skala *likert*, observasi, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien determinasi sebesar 41,6% dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(8,182 > 1,986)$. Harga berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien determinasi sebesar 20,4% dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(-4,907 > -1,986)$. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 24,980 + 0,488X_1 + 0,136X_2$, nilai koefisien determinasi sebesar 52,8% sedangkan sisanya sebesar 47,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(52,040 > 2,700)$.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Semakin ketatnya persaingan pasar yang ada, terutama persaingan yang berasal dari pasar modern sejenis, membuat Perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen, sehingga Perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan

faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya, dalam usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan.

Dalam konsep pemasaran, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing. Salah satunya adalah dibidang perdagangan, baik dalam bentuk toko, minimarket, departemen store, pasar swalayan maupun toko bangunan.

TB Mandala Toko Besi & Bangunan merupakan sebuah usaha yang bergerak pada penjualan bahan bangunan dan perkakas pembuat bangunan. Usaha dagang ini menjual berbagai bahan dan perkakas untuk membuat bangunan seperti pasir, semen, berbagai macam kayu, paku, cat, besi, sekop, mata gerinda dan sebagainya. Usaha-usaha dari TB Mandala Toko Besi & Bangunan tersebut sering mengalami naik dan turun, ada beberapa hal yang menjadikan kepuasan konsumen di TB Mandala Toko Besi & Bangunan belum terciptanya menyeluruh. Untuk mengetahui data volume penjualan Toko Bangunan Mandala dapat dilihat dari total penjualan periode 2021-2023 sebagai berikut:

Tabel 1: Data Penjualan TB Mandala Toko Besi & Bangunan tahun 2021-2023

Tahun	Target Pertahun	Realisasi Pertahun	Persentase (%)	Keterangan
2021	Rp 8.550.000.000	Rp 6.735.000.000	78,77%	Tidak Tercapai
2022	Rp 8.770.000.000	Rp 7.115.623.000	81,13%	Tidak Tercapai
2023	Rp 9.100.000.000	Rp 6.817.355.000	74,91%	Tidak Tercapai

Sumber: TB Mandala Toko Besi & Bangunan, 2024

Berdasarkan data tersebut diketahui adanya pergerakan *fluaktif* selama 3 tahun terakhir dari penjualan. Pada tahun 2021 hanya mampu mencapai 78,77% dari target yang ditetapkan. Pada tahun 2022 hanya mampu mencapai 81,13% dari target yang ditetapkan. Pada tahun 2023 hanya mampu mencapai 74,91% dari target yang ditetapkan. Kondisi terkait pendapatan pada tabel diatas menggambarkan bahwa TB Mandala Toko Besi & Bangunan harus menerapkan strategi yang sesuai agar mampu menarik banyak konsumen agar bisa mencapai target penjualan dengan optimal.

Fenomena tersebut diduga merupakan penyebab kepuasan konsumen menurun adalah kualitas pelayanan yang kurang baik. Dengan demikian kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan juga dapat mengoptimalkan pembelian dan keuntungan yang diperoleh. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat membuat perubahan positif dengan beberapa kemampuan seperti keandalan, ketanggapan, empati, kepastian, keberwujudan sehingga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pendapat diatas diperkuat dan diperjelas oleh Sudarso dalam jurnal (Rozi & Khuzaini, 2021: 216) Kualitas pelayanan adalah tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan menyebabkan kepemilikan sesuatu. Dalam hal ini, para konsumen cenderung memilih perusahaan yang dapat memberikan kualitas baik dalam hal pelayanan.

Kondisi yang terjadi di TB Mandala Toko Besi & Bangunan masih sering ditemukan masalah pada kualitas pelayanan, sehingga membuat konsumen yang datang menjadi terbatas. Selain itu terdapat juga masalah lainnya yaitu adanya keluhan konsumen mengenai kualitas pelayanan pada TB Mandala Toko Besi & Bangunan. Salah satu keluhannya yaitu karyawan pada TB Mandala Toko Besi & Bangunan kurang *responsif* terhadap konsumen.

Selain kualitas pelayanan, hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Harga sering kali dianggap sebagai indikator nilai, bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa yang pada tingkat harga tertentu apabila manfaat yang dirasakan pelanggan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Sama halnya dengan tingkat harga tertentu, nilai suatu barang dan jasa akan meningkat seiring dengan meningkatnya manfaat yang dirasakan. Dalam usahanya memasarkan barang atau jasa perusahaan perlu menetapkan harga yang tepat. Dengan demikian harga juga dipandang sebagai suatu alat dalam pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, harga bagi konsumen merupakan bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan, karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi pelanggan mengenai produk tersebut. Perubahan harga juga berdampak terhadap konsumen yang sensitife akan cenderung beralih ke tempat lain yang lebih murah.

Metode

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, menurut Sugiyono (2020:8) berpendapat “penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Penelitian ini merupakan studi empiris yang bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada TB Mandala Toko Besi & Bangunan. Populasi dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden, pengumpulan data menggunakan data primer dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Adapun analisa data yang dilakukan meliputi: uji instrumen data (validitas dan reliabilitas), uji asumsiklasik (normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas), uji regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis (uji t dan uji F).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kuesioner dikatakan valid atau tidak. Dalam uji validitas ini peneliti menggunakan SPSS versi 26 dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan dikatakan valid.
- Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pernyataan dikatakan tidak valid.

Berikut ini disampaikan hasil perhitungan uji validitas setiap variabel yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu variabel kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen dengan perincian sebagai berikut:

Pengujian Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Berdasarkan hasil pengujian validitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2: Pengujian Validitas Instrumen Pernyataan Kualitas Pelayanan (X_1)

No Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
KX1-1	0,375	0,201	Valid
KX1-2	0,399	0,201	Valid
KX1-3	0,313	0,201	Valid
KX1-4	0,500	0,201	Valid
KX1-5	0,698	0,201	Valid
KX1-6	0,490	0,201	Valid
KX1-7	0,700	0,201	Valid
KX1-8	0,725	0,201	Valid
KX1-9	0,701	0,201	Valid
KX1-10	0,513	0,201	Valid

Sumber: Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan tabel di atas apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid dan sebaliknya, apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid. Pada penelitian ini jumlah sampel (n) yang akan diuji sebanyak 96 responden dengan taraf signifikan dua arah 0,050 dengan ketentuan $df = n - 2$, maka $df = 96 - 2 = 94$ maka didapat r tabel sebesar 0,201. Dari tabel di atas menunjukkan pernyataan pada variabel kualitas pelayanan dapat dikatakan valid karena seluruh pernyataan memiliki nilai r hitung $> 0,201$.

Pengujian Validitas Variabel Harga (X_2)

Berdasarkan hasil pengujian validitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3: Pengujian Validitas Instrumen Pernyataan Harga (X_2)

No Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
KX2-1	0,548	0,201	Valid
KX2-2	0,740	0,201	Valid
KX2-3	0,632	0,201	Valid
KX2-4	0,814	0,201	Valid
KX2-5	0,776	0,201	Valid
KX2-6	0,746	0,201	Valid

KX2-7	0,485	0,201	Valid
KX2-8	0,855	0,201	Valid
KX2-9	0,690	0,201	Valid
KX2-10	0,630	0,201	Valid

Sumber: Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua butir pernyataan pada variabel harga dinyatakan valid, hal itu dibuktikan dengan nilai r hitung $>$ r tabel, $(n-2) = 96 - 2 = 94$ yaitu 0,201. Dengan demikian data layak diteruskan sebagai data penelitian.

Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengujian validitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4: Pengujian Validitas Instrumen Pernyataan Kepuasan Konsumen (Y)

No Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
KY-1	0,544	0,201	Valid
KY-2	0,607	0,201	Valid
KY-3	0,307	0,201	Valid
KY-4	0,389	0,201	Valid
KY-5	0,389	0,201	Valid
KY-6	0,422	0,201	Valid
KY-7	0,717	0,201	Valid
KY-8	0,582	0,201	Valid
KY-9	0,584	0,201	Valid
KY-10	0,452	0,201	Valid

Sumber: Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua butir pernyataan pada variabel kepuasan konsumen dinyatakan valid, hal itu dibuktikan dengan nilai r hitung $>$ r tabel, $(n-2) = 96 - 2 = 94$ yaitu 0,201. Dengan demikian data layak diteruskan sebagai data penelitian.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sebuah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat dipercaya. Instrumen yang valid umumnya pasti reliabel, tetapi pengujian reliabilitas perlu dilakukan. Berikut tabel hasil reliabilitas instrumen:

Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

Berdasarkan hasil pengujian validitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5: Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,735	10

Sumber: Pengolahan data SPSS 26

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan dikatakan reliabel, karena pengujian diperoleh nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari pada 0,600, yaitu $0,735 > 0,600$.

Uji Reliabilitas Variabel Harga (X₂)

Tabel 6: Uji Reliabilitas Variabel Harga (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,878	8

Sumber: Pengolahan data SPSS 26

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel harga dikatakan reliabel, karena pengujian diperoleh nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari pada 0,600, yaitu $0,878 > 0,600$.

Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 7: Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,662	8

Sumber: Pengolahan data SPSS 26

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel kepuasan konsumen dikatakan reliabel, karena pengujian diperoleh nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari pada 0,600, yaitu $0,662 > 0,600$.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini terdiri atas uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Adapun alat yang digunakan untuk mengolah data yaitu menggunakan program SPSS 26.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak, uji normalitas untuk setiap variabel dilakukan dengan melihat titik-titik sebaran data. Data variabel dikatakan terdistribusi normal jika data atau titik menyebar berada pada sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sebaliknya data dikatakan tidak terdistribusi normal jika data menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti garis diagonal.

Tabel 8: Hasil Uji Normalitas

Tests of Normality

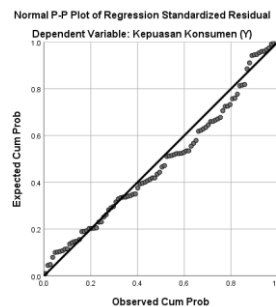
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Kepuasan Konsumen (Y)	.089	96	.057	.967	96	.016

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Pengolahan Data, 2024

Dari tabel di atas dapat diperoleh nilai signifikan (*2-tailed*) sebesar 0,057. Karena signifikannya lebih dari 0,050 atau ($0,057 > 0,050$) maka disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.

Selanjutnya uji normalitas juga dilakukan dengan menggunakan grafik *Probability Plot* (P-P Plot) yang prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan cara melihat pola penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik atau dengan melihat histogram dan residualnya atau dengan kata lain mengikuti arah garis diagonal. Adapun hasil ujinya sebagai berikut:



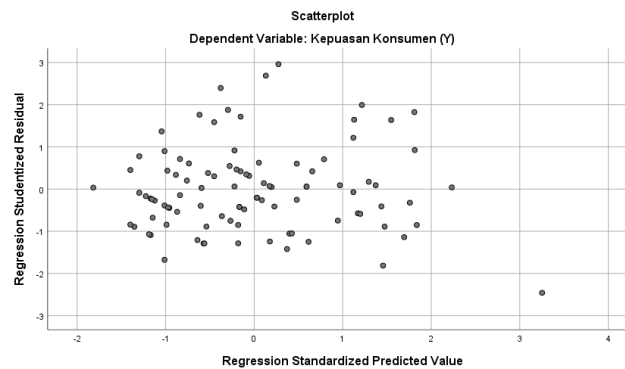
Sumber: Pengolahan Data, 2024

Gambar 1: P-Plot Uji Normalitas

Dari grafik di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data residu dari variabel kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) dan kepuasan konsumen (Y) yang diteliti adalah data yang berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot* sebagai berikut:



Sumber: Pengolahan Data, 2024

Gambar 2: Grafik Scatter Plot Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar *scatter plot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak beraturan, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) dapat dilakukan dengan uji t (uji parsial). Adapun ketentuannya sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat pengaruh).
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak terdapat pengaruh)

Uji Hipotesis Parsial Untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Hipotesis yang akan diuji pada bagian ini adalah :

H_{01} : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada TB Mandala Toko Besi & Bangunan.

H_{a1} : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada TB Mandala Toko Besi & Bangunan.

Adapun hasil pengolahan data menggunakan program SPSS Versi 26, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 9: Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial Antara Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.198	2.484		7.325	.000
Kualitas Pelayanan (X_1)	.542	.066	.645	8.182	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Pengolahan Data 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($8,182 > 1,986$), hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $< 0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada TB Mandala Toko Besi & Bangunan.

Uji Hipotesis Parsial Untuk Variabel Harga (X_2)

Hipotesis yang akan diuji pada bagian ini adalah :

H_{02} : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada TB Mandala Toko Besi & Bangunan.

H_{a2} : Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada TB Mandala Toko Besi & Bangunan.

Adapun hasil pengolahan data menggunakan program SPSS Versi 26, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 10: Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial Antara Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	44.691	1.318		33.909	.000
Harga (X2)	-.180	.037	-.452	-4.907	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Pengolahan Data 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(-4,907 > -1,986)$, hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $< 0,05$ atau $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang negatif signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada TB Mandala Toko Besi & Bangunan.

Uji Simultan (Uji F)

Pengujian F statistik adalah uji secara bersama-sama seluruh variabel independen nya (kualitas pelayanan dan harga) terhadap variabel dependen nya (kepuasan konsumen). Perhitungan statistik F dari ANOVA dilakukan dengan membandingkan nilai kritis yang diperoleh dari tabel distribusi F pada tingkat signifikan tertentu. Adapun rumusan hipotesis yang dibuat sebagai berikut:

H_{03} : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada TB Mandala Toko Besi & Bangunan.

H_{a3} : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada TB Mandala Toko Besi & Bangunan.

Sebagai pembanding untuk melihat pengaruh signifikan, maka digunakan taraf signifikan sebesar 5% (0,05) dan membandingkan F-hitung dengan F-tabel dengan kriteria sebagai berikut :

1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak

2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima

Rumus untuk mencari nilai F tabel yaitu:

$(df = k-1) = df1 = 3-1 = 2$ dan $(df2 = n - k) = 96 - 3 = 93$

Maka dengan signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh F_{tabel} dari $93 = 2,700$ dari tabel statistik. Berikut adalah hasil uji ANOVA atau uji F:

Tabel 11: Hasil Uji Simultan (Uji F) Antara Kualitas Pelayanan (X₁) Dan Harga (X₂) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	536,174	2	268,087	52,040	,000 ^b
	Residual	1701,636	81	21,008		
	Total	2237,810	83			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber: Pengolahan Data 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel ANOVA di atas, diperoleh nilai F hitung $> F$ tabel atau $(52,040 > 2,700)$ dan diperkuat dengan signifikansi $< 0,05$ atau $(0,000 < 0,05)$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada TB Mandala Toko Besi & Bangunan.

Pembahasan

Setelah diketahui hasil temuan dalam hal ini kemudian di analisis seberapa baik data tersebut mempresentasikan hasil penelitian yang diangkat, terutama kemampuan dalam menjelaskan seberapa baik kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya akan dilakukan pembahasan hasil-hasil dalam penelitian ini sebagai berikut:

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X₁) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen akan memberikan keuntungan. Maka dari itu, terciptanya layanan yang berkualitas merupakan tujuan perusahaan untuk dapat memuaskan konsumen. Ini artinya ada hubungan dimana layanan bisa dipergunakan untuk mengukur tingkatan kepuasan konsumen. Hal ini selaras

dengan apa yang dipaparkan oleh oleh (Kotler & Amstrong, 2020: 349), yang menyebutkan: “Consumer loyalty is firmly connected to quality. Quality has an immediate impact on item execution and consumer loyalty. In the tightest sense, quality can be characterized as "independence from turncoats" however most client's focused organization go past this limited meaning of value. All things considered, they characterized quality as far as consumer loyalty”.

Berdasarkan hasil analisis, variabel penelitian kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan dibuktikan hasil uji $t_{hitung} = 8,182$ sedangkan $t_{tabel} = 1,986$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Lu'lu Ul Maknurah (2021) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang searah yang sama besarnya kepada kepuasan konsumen. Berdasarkan uji Parsial (T), variabel Kualitas pelayanan menghasilkan nilai 4,630 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, hal ini artinya bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

Pengaruh Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Harga menjadi indikator yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memutuskan membeli atau tidaknya suatu produk. Dari sudut pandang konsumen, harga seringkali dijadikan indikator nilai apabila harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu produk barang atau jasa. Untuk konsumen yang sensitif terhadap harga maka hal itu merupakan hal yang penting karena mereka akan mendapatkan value of money yang tinggi.

Berdasarkan hasil analisis, variabel harga berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan dibuktikan hasil uji $t_{hitung} = -4,907$ sedangkan $t_{tabel} = -1,986$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_2 diterima dan H_0 ditolak.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Riri Oktarini (2019) dalam penelitiannya disimpulkan Harga memberikan pengaruh yang negatif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dan harga Secara simultan dengan menggunakan uji F diketahui memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Go-jek di Kota Tangerang.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) Dan Harga (X_2) Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil uji Anova diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($52,040 > 2,700$) dan juga diperkuat dengan nilai signifikan $< 0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada TB Mandala Toko Besi & Bangunan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Rifki Abhi Rama (2024) dalam penelitiannya disimpulkan Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen. Koefisien determinasi diperoleh R square sebesar 0,292 artinya Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama - sama memiliki kontribusi sebesar 29,2% terhadap Kualitas Pelayanan.

Simpulan

Berdasarkan hasil uraian pada setiap bab sebelumnya, dan dari hasil analisa serta pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y), adalah sebagai berikut :

1. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,182 > 1,986$) dan juga diperkuat dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_{a1} diterima. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada TB Mandala Toko Besi & Bangunan.
2. Secara parsial harga berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-4,907 > -1,986$) dan juga diperkuat dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_{a2} diterima. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada TB Mandala Toko Besi & Bangunan.

3. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji hipotesis diperoleh F hitung $>$ F tabel atau $(52,040 > 2,700)$ dan juga diperkuat dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_a3 diterima. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada TB Mandala Toko Besi & Bangunan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cempaka, G., Dyah W, A., & Sajili, M. (2022). Manajemen dan Tata Kelola Kemitraan Lintas Sektor Dalam Kegiatan Pameran Seni Rupa di Museum Basoeeki Abdullah Jakarta Studi Kasus: Pameran Narasi Mitos dan Legenda. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 3(2). <https://doi.org/10.51353/jmbm.v3i2.586>
- Dekanawati, V. et al. (2023). METEODOLOGI PENELITIAN. *Jurnal Sains*, 23(2).
- Keller, K. dan. (2016). Tujuan Penetapan Harga. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13. In *Jakarta : Erlangga* (Vol. 5, Issue 3).
- Kotler, P., & Kevin lane keller. (2017). Manajemen Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran jilid I & II*.
- Sabar, N., Nirwana, T., & Riduan, T. (2021). Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli. In *Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli* (Vol. 2).
- Sugiono. (2021). Kerangka Berpikir, konsep, dan hipotesis penelitian. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran. Edisi 3. In *CV. Andi Offset* (Vol. 1, Issue 4).
- Tjiptono, F. (2022). Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan. In *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). Pemasaran : esensi & aplikasi. In *Pemasaran*.
- Yanto, R. T. Y., Prabowo, A. L. P., Kotler, P. dan G. A., Keller, K. L. K. L., Opresnik, M. O., Dharmmesta, B. S., Srinivaasan, G., Kabia, S. K., Kotler, P. dan G. A., Christian, K., Handoyo, S., Kelvin, Hondo, P., Fitriano, A., Kotler, P. dan G. A., Keller, K. L. K. L., Rouziès, D., Anderson, E., Kohli, A. K., ... Keller, K. L. K. L. (2012). Prinsip – Prinsip Pemasaran. *Marketing Management*, 7(1).
- Jurnal:**
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1). <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.256>
- Dhela, G. R. (2021). Pemanfaatan Channel YouTube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu'a Way Halim Bandar Lampung). In *Komunika* (Vol. 4, Issue 1).
- Farida, N., Wiratama, S. D., Yulianah, Y., & Hayati, S. (2023). Peran Manajemen Pendidikan Dalam Kinerja Guru Di Sekolah. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(6). <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i6.282>
- Henri. (2018). Indikator Harga. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Istikomah, N., & Hartono, B. (2022). ANALISIS PERSEPSI PROMOSI GRATIS ONGKOS KIRIM (ONGKIR) SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2). <https://doi.org/10.35446/bisniskompetif.v1i2.1011>
- Kuswarini, D. (2022). Strategi Manajemen Pembelajaran Berbasis Sistem Zonasi dalam Upaya Meningkatkan Mutu Pendidikan di SMA Negeri 11 Bandung (Study kasus di SMA Negeri 11 Bandung). In *Jurnal Pendidikan*.
- Manurung, D. A. (2023). MENINGKATKAN KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA DALAM RANGKA REFORMASI BIROKRASI DI KANTOR CAMAT DUMAI TIMUR KABUPATEN DUMAI. *Jurnal Sumber Daya Manusia Unggul (JSDMU)*, 3(2). <https://doi.org/10.46730/jsdmu.v3i2.53>
- Marlina, N., & Hambari, S. (2022). DAMPAK SERVICE QUALITY DAN HARGA TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION. *Ekono Insentif*, 16(1). <https://doi.org/10.36787/jei.v16i1.716>
- Maryati, D. S., Wasliman, W., Mudrikah, M., & S, S. (2021). PERENCANAAN IMPLEMENTASI MANAJEMEN PENGETAHUAN DI PERPUSTAKAAN PERGURUAN TINGGI BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI (TIK). *Jurnal Manajemen*

- Pendidikan Al Hadi, 1(2). <https://doi.org/10.31602/jmpd.v1i2.5134>
- Mutaqin, Z., & Sumiati, M. (2019). PELAKSANAAN STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN RAWAT JALAN PADA PUSKESMAS KLANGENAN KABUPATEN CIREBON. *CENDEKIA Jaya*, 1(1). <https://doi.org/10.47685/cendekia-jaya.v1i1.13>
- Nuraeni, R., Mulyati, S., Putri, T. E., Rangkuti, Z. R., Pratomo, D., Ak, M., Ab, S., Soly, N., Wijaya, N., Operasi, S., Ukuran, D. A. N., Terhadap, P., Sihaloho, S., Pratomo, D., Nurhandono, F., Amrie, F., Fauzia, E., Sukarmanto, E., Partha, I. G. A., ... Aryan, M. A. (2017). Implementasi Kebijakan Distribusi Pupuk Bersubsidi di Desa Samaendre Kecamatan Matiro Sompe Kabupaten Pinrang. *Diponegoro Journal of Accounting*, 2(1).
- Said. (2017). Jurnal Strategi Pemasaran. In Jurnal Strategi Pemasaran (Vol. 4, Issue 8.5.2017).
- Shahira, E. E., Mulyana, T., & Kurnaeli, K. (2023). Analisis Faktor Repurchase Intention Pada Nazumi Japanese Food Garut. *Journal Of Entrepreneurship and Strategic Management*, 2(01). <https://doi.org/10.52434/jesm.v2i01.178>