

EFFECT OF PRICES, PRODUCT QUALITY, AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT BINTANG PONSEL PEKANBARU

Surbendi¹, Asmara Hendra Komara²
^{1&2}Sekolah Ilmu Ekonomi Pelita Indonesia
Email : Surbendzkqz@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, product quality, and service quality on customer satisfaction on Bintang Ponsel Pekanbaru. The number of samples is 100 respondents who are consumers who shop at Bintang Ponsel Pekanbaru. Methods of collecting data using questionnaires and interviews. The technique used in determining the sample is the Roscoe sampling method. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, F test and t test to determine the effect together and partial influence between the variables studied. The results of this study indicate that the variable price, product quality and service quality simultaneously influence and significantly affect customer satisfaction on Bintang Ponsel Pekanbaru. Whereas in partial testing the variable price and service quality have a significant effect on customer satisfaction. Product quality variables have no significant effect on customer satisfaction. Of these three variables, the variable that has the most influence on customer satisfaction is service quality.

Keywords: Price, Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BINTANG PONSEL PEKANBARU

ABSTRAK

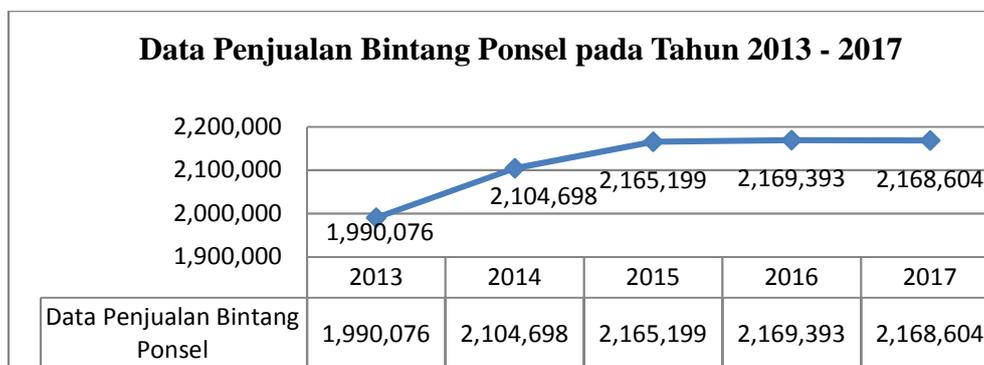
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bintang Ponsel Pekanbaru. Jumlah sampel sebanyak 100 orang responden yang merupakan konsumen yang berbelanja di Bintang Ponsel Pekanbaru. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner dan wawancara. Teknik yang digunakan dalam menentukan sampel adalah metode *Roscoesampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, Uji F dan uji t untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama dan pengaruh parsial antara variabel yang diteliti. Hasil penelitian ini menunjukkan secara simultan bahwa variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bintang Ponsel Pekanbaru. Sedangkan dalam pengujian secara parsial variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari ke tiga variabel tersebut variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan.

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

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini semakin maju mengalihkan perhatian semua orang untuk melakukan segala sesuatu secara instan. Dalam dunia komunikasi salah satunya. Zaman semua orang menggunakan sebagai alat komunikasi jarak jauh dengan menggunakan biaya pengiriman melalui kantor pos. Dampak dari perkembangan ini memberikan suatu tantangan dan peluang bagi industri dan perusahaan besar ataupun kecil. Dalam era perdagangan bebas setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Apabila dalam bidang teknologi telekomunikasi. Sekarang bidang teknologi komunikasi tidak hanya menjadi alat peningkat efektifitas dan efisiensi bisnis tetapi juga telah menjadi area bisnis yang menjanjikan. Pertumbuhan industri yang semakin meningkat menyebabkan harus bersaing yang ketat ini perusahaan dituntut dapat bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan konsumen yang loyal atau sering disebut pelanggan. Era teknologi telekomunikasi menjadi area bisnis yang banyak diperebutkan pelaku usaha. Salah satu produk teknologi telekomunikasi yang saat ini dipasarkan adalah handphone.

Dalam perkembangan zaman modern saat ini suatu kebutuhan komunikasi merupakan suatu hal yang sangat penting bagi setiap kalangan masyarakat. Kebutuhan tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan akan berbagai jenis alat komunikasi yang mengakibatkan semakin banyaknya persaingan dalam dunia bisnis dibidang telekomunikasi. Perusahaan berlomba-lomba menciptakan inovasi baru agar dapat menarik minat para konsumen untuk memutuskan pembeli serta menggunakan produknya. Hal ini juga merupakan cara suatu perusahaan memberikan kepuasan terhadap konsumen-konsumen mereka yang sudah menggunakan produk-produk smartphone jenis tertentu sebelumnya. Untuk menghadapi persaingan yang semakin meningkat tersebut, perusahaan atau badan usaha perlu membuat dan menetapkan strategi-strategi yang tepat dengan tujuan untuk menghadapi persaingan, meraih laba dan melanjutkan kegiatan usaha perusahaan.



Sumber Data: Data Olahan 2018

Gambar 1. Data Penjualan Bintang Ponsel pada Tahun 2013-2017

Berdasarkan data tabel grafik diatas bisa kita simpulkan bahwa penjualan bintang ponsel setiap tahun angka kenaikan penjualan semakin menurun dari tahun ke tahun. Dari tahun 2013 ke 2014 penjualan 1.999.076 ke 2.104.698 mengalami kenaikan penjualan sebesar 114.621. Pada tahun 2014 ke 2015 penjualan 2.104.698 ke 2.165.199 kenaikan penjualan sebesar 60.501. Pada tahun 2015 ke 2016 penjualan 2.165.199 ke 2.169.393 kenaikan penjualan sebesar 4.194. Dan pada tahun 2016 ke 2017 mengalami keturunan penjualan dari 2.169.393 ke 2.169.604 penurun penjualan sebesar 789. Penurun tingkat penjualan dari tahun 2016 ke 2017 dikarenakan ada faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Tabel 1. Data Kuesioner

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS	Jumlah
		5	4	3	2	1	
1	Bintang Ponsel memiliki harga yang terjangkau	7	20	3	0	0	30
2	Bintang Ponsel memiliki harga yang bersaing	5	14	8	3	0	30
3	Produk-produk Bintang Ponsel mudah dipahami dan digunakan	9	18	2	1	0	30
4	Produk-produk Bintang Ponsel memiliki daya tahan yang baik	10	15	5	0	0	30
5	Produk-produk Bintang Ponsel memiliki kualitas yang handal dan tahan lama	8	15	7	0	0	30

6	Produk-produk Bintang Ponsel terjangkau untuk semua kalangan	6	12	10	2	0	30
7	Bintang Ponsel mampu menanggapi dan menjawab keluhan pelanggan dengan baik.	11	15	4	0	0	30
8	Karyawan Bintang Ponsel mempunyai nilai moral yang tinggi (Sopan santun)	8	20	2	0	0	30
9	Karyawan di Bintang Ponsel berkomunikasi baik dengan pelanggan	7	16	7	0	0	30
10	Kualitas produk sesuai dengan harapan pelanggan	4	15	8	3	0	30
11	Pelanggan puas dengan harga, kualitas produk, dan pelayanan yang diberikan	7	10	9	4	0	30
	Jumlah	82	170	65	13	0	330

Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Dengan harga yang bersahabat maka minat beli terhadap suatu barang akan besar. Seperti yang kita ketahui masyarakat Indonesia rata-rata menyukai harga yang lebih murah dengan kualitas produk yang baik, kualitas produk yang bermutu tinggi, dan memiliki kualitas pelayanan yang baik, biasanya ketiga hal tersebut sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas produk yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen (Weenas 2013:608). Selain itu, konsumen juga semakin kritis terhadap apa yang mereka terima dan harapkan dari sebuah produk. Jika tidak sesuai dengan harapan pelanggan, perusahaan akan kehilangan pelanggan potensialnya. Dan dapat dipahami bahwa kualitas produk merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Maka dari itu kualitas produk dapat ditinjau dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan selain menjadi faktor penting bagi kelangsungan perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk atau jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali dan mengajak calon pelanggan baru untuk menggunakan jasa yang telah mereka rasakan kepuasan kinerja pelayanannya (Ratminto 2010:17). Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui produk yang berkualitas, pelayanan yang baik, dan harga yang berkualitas. Saat ini konsumen memiliki kekuatan yang besar dalam menentukan produk atau barang apa yang mereka inginkan dan juga bagaimana penilaian mereka terhadap produk yang dikonsumsi.

Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/ jasa dari penjual atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang/jasa, komentar teman dan kenalan, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya. Penelitian yang dilakukan oleh Adi (2012) menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan Penelitian yang dilakukan Faizah (2013) menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian mengenai harga, kualitas produk dan pelayanan pada Bintang Ponsel. Oleh karena itu dibuatlah penelitian dengan berjudul "Pengaruh Harga, Kualitas produk, Kualitas pelayanan pada Kepuasan pelanggan Bintang Ponsel Pekanbaru"

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas maka permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut :Apakah pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan "Bintang Ponsel" Pekanbaru?,Apakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan "Bintang Ponsel" Pekanbaru?,Apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan "Bintang Ponsel" Pekanbaru?

Tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini diantaranya adalah :Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan "Bintang Ponsel" Pekanbaru, Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan "Bintang Ponsel" Pekanbaru, Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan "Bintang Ponsel" Pekanbaru.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Kotler dan Keller (2012:5), Manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu pengetahuan dalam menentukan target pasar dan bagaimana mendapatkan, menjaga, dan menubuhkan pelanggan, dengan cara menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai-nilai.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan / konsumen adalah tingkat perasaan seorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas senang dan gembira (Sunyoto 2013, p.35).

Harga

Sunyoto (2012:30). "harga sebenarnya merupakan nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar. Terhadap suatu produk tertentu". Adanya perbedaan harga yang cukup besar akan menjadi salah satu tingkat pengukuran pelanggan atas produk perusahaan. Meskipun produk tersebut mempunyai nilai tambah atau manfaat bagi pelanggan yang menggunakan produk tersebut, akan tetapi bila harga yang ditawarkan dirasa cukup tingginya maka tingkat kepuasan pelanggan tidak akan maksimal.

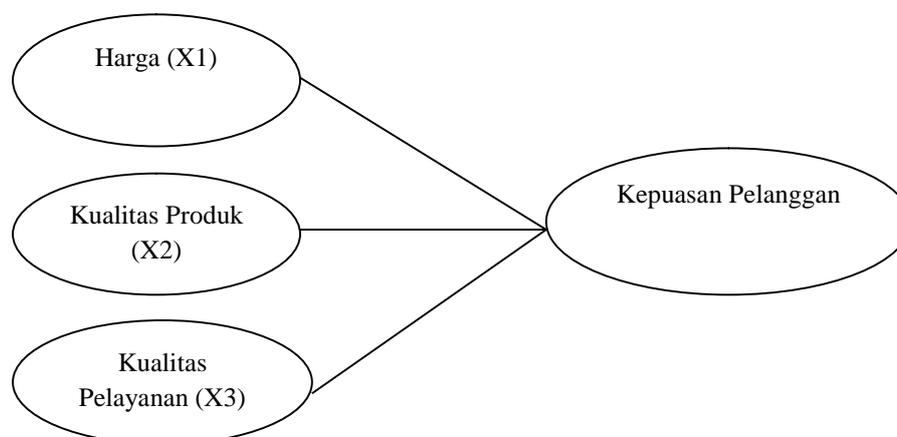
Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Setiap perusahaan yang menginginkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas, yang ditampilkan baik melalui ciri-ciri luar. (*design*) produk itu sendiri (Kotler & Armstrong, 2010) Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen.

Pengertian Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono (2012:157) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sedangkan menurut Kotler (2014:150) yaitu : perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Kerangka Pemikiran



Sumber Data: Data Olahan Penelitian 2018

Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Hubungan Hipotesis antarvariabel dan kepuasan pelanggan:

H₁= Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bintang Ponsel pekanbaru.

H₂= Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bintang Ponsel pekanbaru.

H₃= Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bintang Ponsel Pekanbaru.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Bintang Ponsel Jl. Kulim tampan no.17F. Waktu dan Pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2018-Januari (2019)Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan sugiyono (2008). Populasi dalam penelitian ini menggunakan populasi seluruh pelanggan/konsumen di Bintang Ponsel.

Nonprobability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono 2008). Karena total variabel dalam penelitian ini ada 4 variabel, yang terdiri dari 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat, maka jumlah sampel yang

digunakan untuk penelitian ini adalah : $4 \times 10 =$ minimal 40 orang responden. Agar dapat memaksimalkan hasil penelitian, maka sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 konsumen/pelanggan. Pengambilan sampel yang digunakan adalah Accidental Sampling yaitu dipilih secara acak, sugiyono (2011) terhadap konsumen yang data ke Bintang Ponsel Pekanbaru.

Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas yaitu Kualitas Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3) dan yang menjadi variabel terikat adalah Kepuasan pelanggan (Y). Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Definisi operasional variabel tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel X dan Y

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler 2014:150)	<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian harga • Produk yang dibeli sesuai harapan • Penilaian atas manfaat • Kepuasan keseluruhan (Tjiptono :2014) 	Interval
Harga (X_1)	Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang dan jasa. (Sugiyono2012: 30)	<ul style="list-style-type: none"> • Keterjangkauan harga • Kesesuaian harga dengan kualitas produk • Daya saing harga • Kesesuaian harga dengan manfaat (Stanton : 2009) 	Interval
Kualitas Produk (X_2)	Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. (Kotler dan Armstrong: 2010)	<ul style="list-style-type: none"> • Performance (kinerja) • Durability (daya tahan) • Conformance to specifications (kesesuaian dengan spesifikasi) • Features (fitur) • Reliability (reliabilitas) • Aesthetics (estetika) • Perceived quality (kesan kualitas) (Tjiptono: 2008) 	Interval
Kualitas Pelayanan (X_3)	Kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian yang bersifat tidak kasar mata (tidak dapat diraba) yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan. (Tjiptono:2012)	<ul style="list-style-type: none"> • Bukti Fisik (tangibles) • Kehandalan (reliabilitas) • Daya tanggap (responsiveness) • Jaminan (assurance) • Empati (empathy) (Tjiptono 2012 : 198) 	Interval

Sumber Data: Data Olahan, 2018

Instrumen Penelitian

Untuk mengetahui tingkat persepsi konsumen/ pelanggan atas Harga, Kualitas produk, dan Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bintang ponsel digunakan deskriptif berdasarkan nilai rata-rata pada 5 tingkatan pemetaan dimanarange tingkatan pemetaan sebesar $= (5-1)/5 = 0,8$. Adapun tingkatan pemetaan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Tingkat Pemetaan Variabel Independen dan Variabel Dependen

Kelas score rata-rata	Variabel	
	Independen	Dependen
Hitung		
1,00-1,80	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Tinggi
1,80-2,60	Kurang Baik	Kurang Tinggi
2,60-3,40	Cukup Baik	Cukup Tinggi
3,40-4,20	Baik	Tinggi
4,20-5,00	Sangat Baik	Sangat Tinggi

Sumber data : Data Olahan 2018

Jenis Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini ada dua jenis data, yaitu: (1) Data Kualitatif, yaitu data yang bukan terbentuk angka-angka atau bilangan tetapi berupa keterangan atau informasi serta keterampilan, aktivitas, sifat dan sebagainya. Data kuantitatif, yaitu data yang diukur dan biasanya berupa angka-angka bilangan. Dalam Penelitian ini digunakan 2 macam data yaitu : Data primer adalah data yang berasal langsung dari sumber data yang dikumpulkan jenis data ini diperoleh dari penyebaran daftar kuesioner kepada pelanggan di Bintang Ponsel dan Data Sekunder yaitu data yang diperoleh tidak secara langsung yang diberikan pihak lain maupun perusahaan. Data yang digunakan berupa sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan buku peraturan perusahaan.

Prosedur Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis pada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2010). Kuesioner yang berupa pertanyaan disebarakan kepada responden sesuai dengan permasalahan yang diteliti untuk memperoleh data yang berupa pernyataan responden. Wawancara yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara bertanya langsung dengan perusahaan untuk memperoleh data penelitian.

Metode Analisis Data

Maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu agar dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Metode analisis data dilakukan dengan cara: (1) Analisis Kuantitatif, yaitu data-data yang diperoleh dari kuesioner dikumpulkan lalu dikelompokkan dan ditabulasikan menurut kriterianya dengan menampilkan tabel-tabel frekuensi serta rata-rata. (2) Analisis Deskriptif, yaitu mendeskripsikan tentang variasi jawaban responden masing-masing butir pertanyaan atau pernyataan yang diuraikan dalam bentuk kalimat.

Uji Pendahuluan

Sebelum penelitian melakukan analisis lebih lanjut terhadap data-data yang telah dikumpulkan, maka terlebih dahulu penelitian harus melakukan pengujian terhadap instrumen penelitian agar data yang diperoleh mempunyai tingkat akurasi dan konsistensi yang tinggi (Sanusi, 2011). Oleh karena itu penelitian harus menguji validitas dan reliabilitas dari instrumen penelitian.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011). Kuesioner yang dinyatakan valid apabila score factor loading diatas 0,3 correlated item.

Uji Reliabilitas

Ghozali (2009) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari pengubah atau konstruk. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Untuk memastikan apakah variabel-variabel yang diteliti dapat dianalisis dengan menggunakan regresi berganda, maka sebelum itu akan dilakukan uji asumsi.

Uji Autokorelasi

Jikaterjadikorelasi, makadinamakanada problem autokorelasi (Ghozali, 2011). Uji yang digunakan untuk mendeteksi adanya auto korelasi adalah Durbin Watson (DW). Kriteria pengambilan keputusan dalam uji Durbin Watson adalah sebagai berikut(Ghozali, 2011): $0 < DW < dl$: Terjadi auto korelasi, $dl > DW > du$: Tidak dapat disimpulkan, $du < DW < 4-du$: Tidak ada auto korelasi, $4-du > DW > 4-dl$: Tidak dapat disimpulkan, $4-dl < DW < 4$: Terjadi auto korelasi.

Uji Multikolinearitas

Nilai tolerane yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi dan menunjukkan adanya kolinieritas yang tinggi. Nilai cut off yang umum dipakai adalah nilai tolerance VIF dibawah 10 atau nilai VIF diatas 0,10 sehingga, setiap peneliti harus menentukan tingkat kolinieritas yang masih dapat ditolerir (Ghozali, 2011).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya perbedaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. (Ghozali, 2011).

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian yang digunakan dalam model regresi memiliki distribusi yang normal atau tidak. Sebaliknya, jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka, model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2011).

Analisis Regresi Berganda

Karena variabel bebas pada penelitian ini memiliki lebih dari 1 variabel maka digunakan analisis regresi berganda. Analisis Regresi Linear Berganda ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independen (X1, X2, dan X3) terhadap variabel dependen (Y).

Rumus matematis dari regresi berganda pada penelitian ini dengan variabel bebas harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan variabel terikat kepuasan pelanggan, yaitu :

$$Y = a + {}_1X_1 + {}_2X_2 + {}_3X_3 +$$

Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan

X1 = Harga

X2 = Kualitas Produk

X3 = Kualitas pelayanan

= Term of eror

a = Konstanta

₁₋₃ = koefisien masing-masing variabel

Uji Model (Uji F)

Model regresi dikatakan mempunyai pengaruh yang signifikan dengan artinya model regresi bisa digunakan untuk memprediksi variabel dependen jika memiliki nilai probabilitas kurang dari 0,5 dan sebaiknya dikatakan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 atau model regresi tersebut tidak dapat digunakan untuk memprediksi variabel terikat (Ghozali, 2011).

Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) pada inintinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu.

Dasar pengambilan keputusan untuk uji koefisien determinasi adalah sebagai : (1) Jika nilai koefisien <0, maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. (2) Jika nilai koefisien determinasi > 1, maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

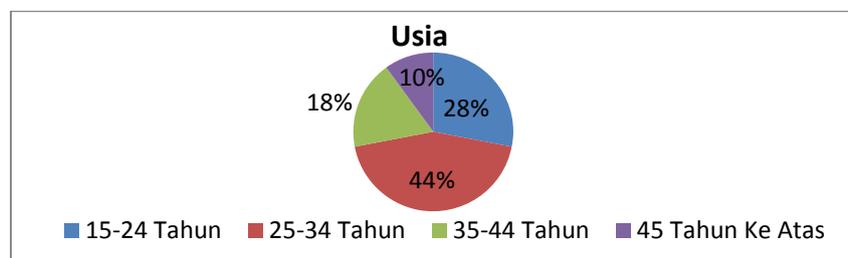
Uji Parsial (Uji t)

Uji t gunakan untuk menguji beberapa jauh suatu variabel dapat mempengaruhi variabel terikat dengan penguji secara individu. Suatu variabel dikatakan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan jika nilai probabilitas <0,05 dan sebaliknya dikatakan tidak mempunyai pengaruh signifikan jika nilai probabilitas >0,05 (Ghozali, 2011).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dari penelitian ini adalah pelanggan dari Bintang Ponsel. Karakteristik dari responden ini dibagikan berdasarkan jenis usia, jenis kelamin, penghasilan dan pekerjaan.

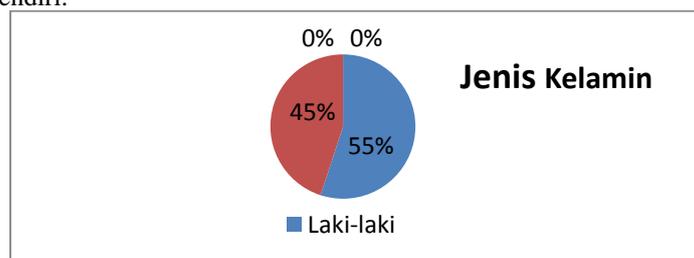


Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Gambar 3. Karakteristik berdasarkan Umur

Berdasarkan data diatas pelanggan di Bintang Ponsel Pekanbaru yang terbanyak adalah konsumen 25-34 tahun karena diumur tersebut pelanggan kebanyakan bermain smartphone dan banyak menonton youtube dan

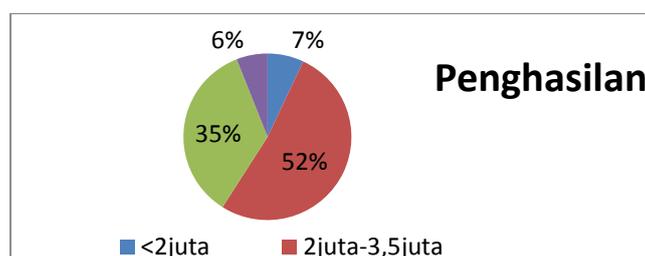
pada tahun 25-34 tahun banyak yang menggunakan sosial media dan juga pada umur 25-34 tahun sudah bisa memiliki penghasilan sendiri.



Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Gambar 4. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelaminan

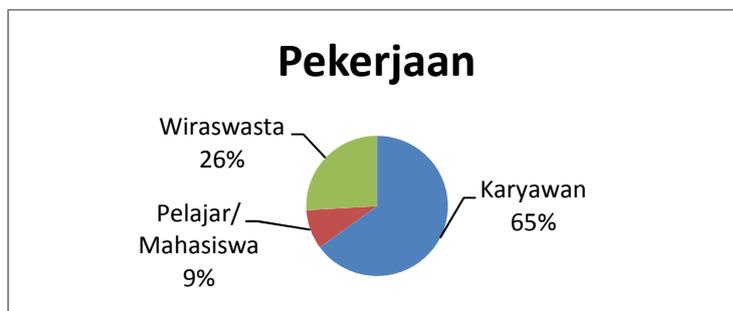
Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang banyak adalah berjenis laki-laki karena pada saat penyebaran angket, responden yang berpartisipasi lebih banyak pelanggan laki-laki



Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Gambar 5. Karakteristik Berdasarkan Penghasilan

Berdasarkan data diatas diambil kesimpulan bahwa mengenai penghasilan responden yang terbanyak yaitu 3,5juta-5juta hal ini berarti bahwa responden Bintang Ponsel Pekanbaru rata-rata adalah karyawan yang bekerja sebagai sales atau marketing.



Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Gambar 6. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan mengenai pekerjaan responden paling banyak pada Bintang Ponsel adalah Karyawan dengan hal ini berarti bahwa responden Bintang Ponsel Pekanbaru didominasi pekerjaannya adalah karyawan.

Analisis Deskriptif

Variabel Harga

variabel Harga sebesar 3,83. Hal ini berarti harga dinilai baik oleh responden. Dan harga memiliki nilai yang paling baik bagi pelanggan yaitu nilai sebesar 4,13. Hal ini karena Bintang Ponsel memiliki harga yang terjangkau. Adapun pernyataan yang memiliki nilai terendah yaitu sebesar 3,58, hal ini karena pelanggan menganggap bahwa harga Bintang ponsel sesuai dengan kualitas yang didapat.

Variabel Kualitas Produk

variabel Kualitas produk sebesar 4,01. Hal ini berarti Kualitas produk baik oleh responden. Dan memiliki nilai sangat baik bagi pelanggan yaitu nilai sebesar 4,2. Hal ini dikarenakan Bintang Ponsel memiliki produk dengan daya tahan yang baik. Adapun pernyataan yang memiliki nilai terendah yaitu sebesar 3,76. Hal ini karena pelanggan menganggap bahwa produk-produk Bintang Ponsel masih belum cukup elegan dan sederhana.

Variabel Kualitas Pelayanan

variabel kualitas pelayanan sebesar 4,1. Hal ini berarti kualitas pelayanan dinilai baik oleh responden. Dan yang memiliki nilai yang paling baik bagi pelanggan yaitu nilai sebesar 4,18. Hal ini dikarenakan Bintang Ponsel mampu menjawab keluhan pelanggan dengan baik. Adapun yang memiliki nilai yang terendah yaitu sebesar 3,96, hal ini karena pelanggan menganggap bahwa karyawan Bintang Ponsel masih kurang memiliki sopan santun yang baik.

Variabel Kepuasan Pelanggan

variabel kepuasan pelanggan sebesar 3,70. Hal ini berarti kepuasan pelanggan dinilai tinggi oleh responden. Dan memiliki nilai yang paling tinggi bagi pelanggan yaitu nilai sebesar 3,77. Hal ini karena Bintang Ponsel memiliki harga yang sesuai dengan harapan pelanggan. Adapun pernyataan yang memiliki nilai terendah yaitu sebesar 3,66 karena pelanggan Bintang Ponsel masih kurang puas dengan harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan yang diberikan.

Uji Pendahuluan

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu instrumen yang digunakan dalam sebuah penelitian agar instrumen pengumpulan data memiliki tingkat akurasi yang tinggi. Kuesioner yang dinyatakan valid apabila score factor loading diatas 0,3 correlated item.

Tabel 4. Uji validitas Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan pada Kepuasan pelanggan

Butir Pertanyaan		<i>Corrected Item-Total Correction</i>	R tabel	Keterangan
Harga (x1)	X1.1	0,43	0,30	Valid
	X1.2	0,55	0,30	Valid
	X1.3	0,46	0,30	Valid
	X1.4	0,48	0,30	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,60	0,30	Valid
	X2.2	0,49	0,30	Valid
	X2.3	0,38	0,30	Valid
	X2.4	0,57	0,30	Valid
	X2.5	0,63	0,30	Valid
	X2.6	0,52	0,30	Valid
	X2.7	0,67	0,30	Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	X3.1	0,65	0,30	Valid
	X3.2	0,59	0,30	Valid
	X3.3	0,49	0,30	Valid
	X3.4	0,48	0,30	Valid
	X3.5	0,59	0,30	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1.1	0,54	0,30	Valid
	Y1.2	0,59	0,30	Valid
	Y1.3	0,64	0,30	Valid
	Y1.4	0,49	0,30	Valid

Sumber : Data Olahan 2018

Pada tabel 4 menunjukkan bahwa indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini mempunyai nilai yang lebih besar dari 0,3 maka butir pertanyaan dari instrument dianggap sudah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dari masing-masing faktor dengan menggunakan Uji AlphaCronbach. Angket dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai koefisien alpha yang lebih besar dari 0,6. Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut:

Tabel 5. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's alpha	Keterangan
1	Harga (x1)	0.695	Reliabel
2	Kualitas Produk (x2)	0.805	Reliabel

3	Kualitas Pelayanan (x3)	0.785	Reliabel
4	Kepuasan Pelanggan (y)	0.769	Reliabel

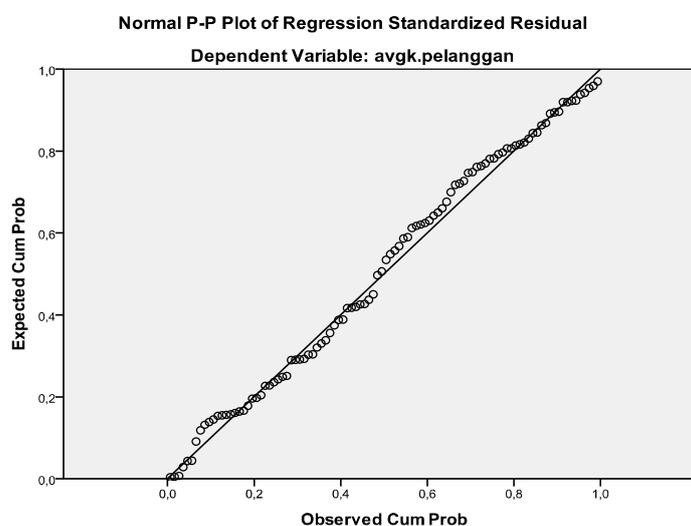
Sumber : Hasil Penelitian (diolah) 2018

Berdasarkan tabel 5 diatas, hasil uji reliabilitas terhadap variabel harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, masing-masing variabel mempunyai nilai Cronbach Alpha diatas 0,6 dengan demikian, berarti keseluruhan variabel dalam instrumen penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi residu dan persamaan regresinya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Suatu data berdistribusi normal dilihat dari penyebarannya pada sumbu diagonal dari grafik dengan dasar keputusan sebagai berikut: Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi normalitas dan Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.



Sumber data : Data Olahan, 2018

Gambar 7. Uji Normalitas

Dari gambar diatas menunjukkan Normal PP Plot diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar dan mengikuti garis diagonal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara variabel independen, jika terjadi korelasi maka terdapat problem atau masalah multikolinieritas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas antara variabel. Dapat dilihat dari Variabel Inflation Factor (VIF) dari masing-masing variabel bebas terdapat variabel terikat. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan mengamati: (1) Besaran *Variabel Inflation Factor (VIF)* dan tolerance model, dikatakan bebas multikolinearitas jika VIF berada dibawah angka 10 dan mempunyai angka toleransi mendekati 1. (2) Besaran kolerasi variabel independen, jika korelasi antar variabel independen lemah (dibawah 0.5), maka dikatakan bebas multikolinearitas.

Tabel 6. Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Harga (X1)	.840	1,190	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Produk (X2)	.978	1,022	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Pelayanan (X3)	.832	1,203	Tidak terjadi multikolinearitas

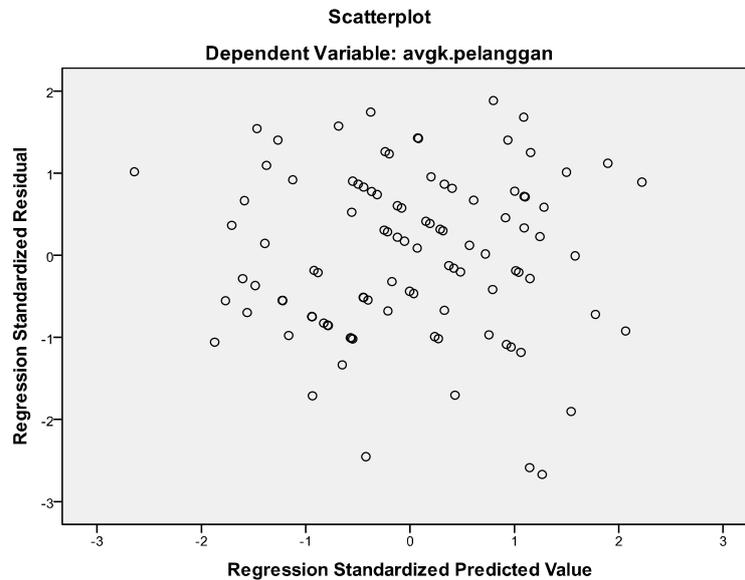
Sumber data : Data Olahan 2018

Berdasarkan tabel 6 diatas dapat kita lihat bahwa $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas dan tolerance value $>0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Untuk uji Heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam heterokendastisitas. (Ghozali, 2009) sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode Sperman Rank Correlation. Apabila hasil pengujian menunjukkan lebih dari $= 5\%$ maka tidak ada.



Sumber data : Data Olahan2018

Gambar 8. Heterokedastisitas

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas tersebar diatas angka nol pada sumbu kepuasan pelanggan, karena itu dapat disimpulkan bahwa regresi dalam penelitian ini tidak terdapat pengaruh heterokedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam persamaan regresi mengandung korelasi serial atau tidak diantara variabel pengganggu. Untuk mengetahui adanya autokorelasi digunakan Durbin-Watson, sebagai berikut: $DW < 1,61$ maka ada autokorelasi, $DW 1,61-1,73$ maka tidak dapat disimpulkan, $DW 1,73-2,27$ maka tidak ada autokorelasi, $DW 2,27-2,39$ maka tidak dapat disimpulkan, $DW > 2,39$ maka ada korelasi. Berikut ini adalah table Durbin Watson statistic pada penelitian ini :

Tabel 7. Auto Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	
1	,578 ^a	,334	,313	,520	,334	16,054	2,141

Sumber data : Data Olahan 2018

Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa Durbin Watson mencapai 2,141 nilai 2,141 berada di kriteria $< 2,39$ maka dapat dikatakan tidak terjadi autokorelasi antar variabel.

Uji Model (Uji F)

Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antar variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan pelanggan pada Bintang Ponsel Pekanbaru, sehingga dilakukan Uji F Model (Uji F). Uji F digunakan untuk melihat apakah model penelitian sudah baik atau belum. Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini dengan menggunakan tingkat signifikansi $(\alpha) = 5\%$. Sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah: H_0 = Tidak terdapat pengaruh antara variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel kepuasan pelanggan pada

Bintang Ponsel Pekanbaru.H1=Terdapat pengaruh antara variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel kepuasan pelanggan pada Bintang Ponsel Pekanbaru. Untuk lebih jelasnya hasil penghitungan dapat dilihat pada tabel berikut:

Rumus mencari F tabel: $F_{tabel} = \frac{\text{Jumlah Responden} - \text{Variabel Bebas} - 1}{F_{tabel}} = \frac{100 - 3 - 1}{96} = \frac{96}{96} = 1,00$

Tabel 8. Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13,032	3	4,344	16,054	,000 ^a
	Residual	25,978	96	,271		
	Total	39,010	99			

Sumber data : Data Olahan 2018

Dari hasil pengujian diatas, diperoleh F hitung lebih besar dari F tabel (16,054) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bintang Ponsel Pekanbaru. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model penelitian yang digunakan sudah signifikan.

Uji Determinan (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan menunjukkan besarnya derajat hubungan antara harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Pengujian determinasi (Uji R^2) ditunjukkan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 9. Determinan R^2

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,578 ^a	,334	,520	2,141

Sumber data : Data Olahan2018

Dari hasil penghitungan dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (Adjust R square) yang diperoleh sebesar 0,313. Hal ini berarti bahwa 31,3% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 68,7% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Berganda

Tujuan analisis regresi linier berganda adalah untuk membuat prediksi/perkiraan nilai Y atas X. Untuk pengujian dianggap kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi oleh faktor harga (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) dapat dimasukkan kedalam fungsi linier sederhana.

Tabel 10. Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,002	,648		,003	,997
	Harga (X1)	,355	,105	,307	3,383	,001
	Kualitas produk (X2)	,141	,099	,121	1,432	,155
	Kualitas pelayanan (X3)	,439	,103	,388	4,250	,000

Sumber data : Data Olahan 2018

Berdasarkan table diatas dapat kita rumuskan persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,002 + 0,355X_1 + 0,141 X_2 + 0,439X_3$$

Dari persamaan regresi berganda diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa : (1) Konstanta () sebesar 0,002 yang memperhatikan arah hubungan variabel harga (x1), kualitas produk (x2) dan kualitas pelayanan (x3) bernilai nol (0), maka kepuasan pelanggan (Y) akan bernilai 0,002 (2) Koefisien regresi variabel harga bernilai 0,355. Hal ini menunjukkan bahwa harga memiliki arah hubungan yang positif sebesar 0,355, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan harga mengalami kenaikan satu-satuan, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,355. (3) Koefisien regresi variabel kualitas produk bernilai 0,141. Hal ini menunjukkan

bahwa kualitas produk memiliki arah yang positif sebesar 0,141, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas produk mengalami kenaikan satu-satuan, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,141. (4) Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai 0,439. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki arah yang positif sebesar 0,439, jika variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu-satuan, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,439.

Uji Hipotesis (Uji t Secara Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh besar dari masing-masing variabel variabel independen secara parsial/individual terhadap variabel dependen. Suatu variabel dikatakan berpengaruh jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak berpengaruh, Suatu variabel dikatakan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan jika nilai probabilitas $< 0,05$ dan sebaliknya dikatakan tidak mempunyai pengaruh signifikan jika nilai probabilitas $> 0,05$ (Ghozali, 2011). Berikut uraiannya : (1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Rumus mencari t tabel : $df = \text{Jumlah Responden (n)} - \text{Total Variabel (k)}$ $df = 100 - 4 = 96$ (t tabel) $T_{tabel} = 96$ (1,984)

Tabel 11. Uji Hipotesis (Uji t secara parsial)

Model	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig	Hasil
Harga (X)	3,383	1.984	,001	Berpengaruh dan Signifikan
Kualitas Produk (X2)	1,432	1.984	.155	Tidak Berpengaruh dan Tidak Signifikan
Kualitas Pelayanan (X3)	4,250	1.984	.000	Berpengaruh dan Signifikan

Sumber data : Data Olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan yang memiliki t_{hitung} sebesar 3,383 lebih besar dari t_{tabel} 1.984 atau nilai $sign = 0.01$ lebih kecil dari 0.05. Maka H_0 diterima H_1 ditolak, sehingga disimpulkan bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan yang memiliki t_{hitung} sebesar 1,432 lebih kecil dari t_{tabel} 1.984 atau nilai $sign = 0.155$ lebih besar dari 0.05. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang memiliki t_{hitung} sebesar 4,250 lebih besar dari t_{tabel} 1.984 atau nilai $sign = 0.000$ lebih kecil dari 0.05. Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil Pengujian dan Pembahasan

Sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil penelitian ini, analisis deskriptif menunjukkan bahwa Harga merupakan faktor yang dianggap penting oleh responden mengenai penyebab terjadinya kepuasan pelanggan di Bintang Ponsel. Tanggapan responden tertinggi sebesar 4,13 pada indikator Bintang Ponsel memiliki harga yang terjangkau. Sedangkan untuk tanggapan responden yang terendah yaitu sebesar 3,58 dari indikatornya harga Bintang Ponsel belum sesuai dengan kualitas yang didapat dan pemberi nilai kurang setuju yaitu rata-rata perempuan dari umur 25-34 tahun-35-44 tahun yaitu dengan pekerjaan sebagai karyawan, penghasilan sebesar 2 juta-3,5 juta. Dan hasil analisis regresi dan pengujian secara parsial (uji t) terhadap variabel Harga yang menunjukkan t_{hitung} 3,383 lebih besar dari t_{tabel} 1,984 atau signifikan 0,01 lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa Harga berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti secara parsial menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pada kasus ini, harga dianggap penting oleh pelanggan dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa harga memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Dan sehingga harga penting bagi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian Adi (2012) dan Faizah (2013) menunjukkan harga berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil penelitian ini, analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan faktor yang dianggap penting oleh responden mengenai penyebab yang terjadi kepuasan pelanggan di Bintang Ponsel. Tanggapan responden tertinggi 4,2 pada indikator kualitas produk daya tahan yang baik. Sedangkan untuk tanggapan responden yang terendah adalah yaitu sebesar 3,76 dikarenakan pelanggan menganggap bahwa produk

Bintang ponsel belum cukup sederhana dan elegan, pemberian nilai kurang setuju rata-rata yaitu laki-laki dari umur 15-24 tahun, 25-34 tahun dan 45 tahun keatas, dengan penghasilan 2juta-3,5juta dengan pekerjaan sebagai karyawan. Dan dari hasil analisis regresi dan tidak sejalan dengan pengujian secara parsial (uji t) terhadap variabel kualitas produk yang menunjukkan thitung 1,432 lebih kecil dari ttabel 1,984 atau signifikan 0,155 lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menyatakan bahwa kualitas produk baik terhadap pelanggan dan bersifat positif terhadap analisis regresi berganda, Sedangkan dalam uji t secara parsial kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian penelitian Adi (2012) dan Faizah (2013) menunjukkan kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan

Dari hasil penelitian ini, analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang dianggap penting oleh responden mengenai penyebab terjadinya kepuasan pelanggan di Bintang Ponsel. Tanggapan responden tertinggi sebesar 4,18 pada indikator karyawan di Bintang ponsel dapat menjawab keluhan pelanggan dengan baik. Sedangkan untuk tanggapan responden yang terendah yaitu sebesar 3,96 dari indikatornya karyawan Bintang Ponsel masih kurang memiliki sopan santun. Dan pemberian nilai kurang setuju rata-rata yaitu laki-laki dari umur 25-34 tahun dengan penghasilan 2juta-3,5juta dan pekerjaan sebagai karyawan. Dan hasil analisis regresi dan pengujian secara parsial (uji t) terhadap variabel kualitas pelayanan yang menunjukkan thitung 4,250 lebih besar dari ttabel 1,984 atau signifikan lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti secara parsial menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pada kasus ini, kualitas pelayanan dianggap penting oleh pelanggan dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Dan sehingga kualitas pelayanan sangat penting bagi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian Adi (2012) dan Faizah (2013) menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

PENUTUP

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bintang Ponsel Pekanbaru.

Hasil penelitian terhadap model penelitian dan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut : (1) Berdasarkan hasil pengujian, Harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan pada Bintang Ponsel Pekanbaru artinya menurut konsumen, variabel harga tersebut dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan ketika akan melakukan transaksi di Bintang Ponsel. (2) Berdasarkan hasil pengujian, Kualitas produk tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan pada Bintang Ponsel Pekanbaru artinya menurut konsumen, kualitas produk tersebut dianggap tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan ketika akan melakukan transaksi di Bintang Ponsel. (3) Berdasarkan hasil pengujian, Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan pada Bintang Ponsel Pekanbaru artinya menurut konsumen, variabel kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan ketika akan melakukan transaksi di Bintang Ponsel. Untuk perusahaan, guna meningkatkan kepuasan pelanggan maka Bintang ponsel Pekanbaru sebaiknya meningkatkan lagi harga dengan sesuai kualitas yang didapat, dan memiliki harga yang dapat bersaing. Kualitas produk harus sesuai dengan keinginan masyarakat, produk harus memiliki kualitas yang handal dan tahan lama, serta produk harus memiliki daya tarik bentuk yang elegan dan sederhana dan kualitas pelayanan yaitu karyawan Bintang Ponsel harus mempunyai sopan santun dan moral yang tinggi serta karyawan Bintang Ponsel harus bisa komunikasi baik dengan pelanggan.

DAFTAR RUJUKAN

- Ansori dan Purnamawati. 2015. Pengaruh Resiko Pembiayaan Murabahah Terhadap Profitabilitas Bank Syariah (Studi Pada PT. BPRS yang terdaftar di Bank Indonesia 2012-2014). Jurnal. Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember (UNEJ).
- Anwar Sanusi, 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta.
- Albertus Ferry Rostya Adi, 2012, "*Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang)*", Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Danang, Sunyoto. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Evelina, Nela. Handoyo DW, dan Sari Listyorini. 2012. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promoi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkom Flexi*. Diponegoro Journal of Social and Politic. Hal. 1-11.

- Ghozali, I. 2009. *Multivariate Lanjutan Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penelitian Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar N. Dawn C. Poster 2010. *Basic Econometrica. Fifth Edition*. New York : Mc Graw Hill.
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kasmir dan Jakfar. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta : Erlangg.
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas. Jakarta : Erlangga
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2010. *Principles of Marketing* (Edisi 13).
- Nadia Rizqiyatul Faizah, 2013, *Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran O-mamamia Steak dan Ice Cream*, Cabang Jati Semarang.
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih. 2010. *Manajemen pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, Andi
- Sekaran, Uma. 2009. *Reseach Methods for Business : Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi 4. Buku 1. Jakarta.
- Santoso, Singgih. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Weenas, R.S. 2013, "Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta."