



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PADA KEPUASAN PELANGGAN DI CASEY MUSIK STUDIO

Henson Rumagit¹, Maritje Keintjem², Aditya Pandowo³

^{1,2,3}Manajemen, Fak. Ekonomi Universitas Negeri Manado

¹henson.rumagit@gmail.com ²maritje.keintjem@unima.ac.id ³aditya.pandowo@unima.ac.id

Diterima : 06-12-2020

Disetujui : 23-12-2020

Abstrak Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di Casey Musik Studio kurang lebih 2 bulan yang bertujuan untuk mencari tahu apakah kualitas pelayanan dan harga yang diberikan Casey Musik Studio berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dikarenakan data yang digunakan berbentuk angka guna untuk mencari tahu sebab dan akibat dari variabel yang diteliti. Populasi didalam penelitian ini adalah konsumen Casey Musik Studio yang tidak diketahui, dalam penelitian ini teknik analisis menggunakan regresi linear berganda dengan persyaratan dalam penelitian adalah uji kuisioner dan uji asumsiklasik. Data dari penelitian ini berasal dari kusioner yang telah diberikan bobot agar dapat diolah dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 22. Berdasarkan data yang telah diolah yang bersumber dari konsumen Casey Musik Studio, peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dan harga dari Casey Musik Studio berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial maupun simultan.

Katakunci: kualitas pelayanan; harga, kepuasan pelanggan

Abstract By the results of research that has been conducted in Casey Music Studio for about 2 months which aims to find out whether the quality of service and prices provided by Casey Musik Studio have an effect on customer satisfaction. This research is a quantitative research because the data used is in the form of numbers in order to find out the causes and effects of the variables under study. The populations in this study were unknown consumers of Casey Musik Studio. In this study, the analysis technique used multiple linear regression with the requirements of the study were a questionnaire test and a classic assumption test. The data from this study came from weighted questionnaires so that they could be processed using the SPSS version 22 application program. Based on processed data sourced from Casey Musik Studio consumers, the researcher concluded that the service quality and price of Casey Musik Studio have a significant effect on customer satisfaction partially and simultaneously.

Keywords: service quality; price, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Pada era modern ini segala sesuatu bisa menjadi sebuah usaha sehingga begitu banyak usaha yang lahir dan menciptakan persaingan. Setiap peluang usaha tidak luput dari mata para produsen, hal tersebut terbukti dari salah satu usaha yang mendagangkan jasa kepada para peminat musik yaitu studio musik. Usaha ini bertujuan memuaskan dan melayani konsumen dalam segi jasa penyewaan alat musik untuk memenuhi keinginan dari konsumen yang bergemulut dibidang musik dan mempunyai keinginan untuk memainkan alat musik. Usaha tersebut memungkinkan orang untuk

sejenak melepaskan dan melupakan kejenuhannya dan menyalurkan bakat serta hobi yang dimiliki dengan cara bernyanyi dan bermain alat musik. Perkembangan musik dan group band di Indonesia yang pesat telah menjadikan bermain musik sebagai trend masa kini. Studio musik merupakan bidang usaha yang telah lama muncul. Seiring berkembangnya jaman, bidang usaha ini tetap eksis karena telah memiliki segmen pasar yang tetap (pemain musik). Pendorong para pengusaha untuk menyesuaikan diri di jaman yang terus berkembang ini yaitu memahami kebutuhan konsumen, sesuai dengan

perkembangan dunia entertainment yang menghasilkan artis dan musisi sehingga membuat berbagai jenis usaha yang berkaitan dengan musik seperti studio musik dan home recording. Studio musik adalah usaha jasa yang dibuat demi untuk memenuhi hasrat para prayer dalam berlatih dan keinginan dalam bermusik. Pengguna jasa studio musik yaitu konsumen yang suka bermusik tetapi tidak mempunyai alat musik yang bisa

digunakan untuk menyalurkan hobi dan berlatih.

Casey Music Studio merupakan salah satu studio musik yang cukup dikenal di Tondano. Casey musik studio bertempat di Watulambot Tondano Barat. Hal yang mendasari penelitian ini dilakukan di Casey Musik Studio dikarenakan terjadi penurunan pengunjung/konsumen yang terjadi pada bulan April, Mei dan Juni, data tersebut dapat di lihat di tabel 1.

Tabel 1 Jumlah pengunjung Casey Musik Studio Bulain April-Juni 2019

No	Bulan	Pengunjung
1	April	28
2	Mei	23
3	Juni	19

Sumber owner Casey Musik Studio

Berdasarkan data penurunan pengunjung/konsumen yang bisa dilihat pada tabel 1 di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah di Casey Musik Studio, sehingga menimbulkan minat penulis untuk lebih mendalami masalah yang ada di Casey Musik Studio, untuk mendalami masalah yang ada di Casey Musik Studio, penulis melakukan wawancara singkat terhadap pelanggan yang pernah menggunakan jasa dari studio casey musik studio. Dari wawancara singkat kepada 20 orang yang pernah menggunakan jasa studio yang lebih dari 2 kali penggunaan menyatakan tidak puas dengan jasa yang disediakan oleh Casey Musik Studio, rasa tidak puas muncul setelah mereka menggunakan jasa dan membandingkan dengan harapan mereka sebelumnya. kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang yang pernah menggunakan produk dan

akan dibandingkannya dengan apa yang diharapkan.

Dari hasil wawancara, peneliti mendapatkan pernyataan dari 20 orang yang pernah menggunakan jasa yang lebih dari 2 kali pemakaian, menyatakan tempat parkir studio musik kurang memadai, pendingin ruangan yang sering mati, ruang tunggu studio yang tidak memadai, sering terdapat kotoran hewan di ruang tunggu studio, dan operator studio yang lambat dalam menanggapi keluhan, hal tersebut menjelaskan dimana kualitas pelayanan dari Casey Musik Studio masih rendah. Ada juga pernyataan lain yaitu harga yang relatif lebih mahal dari studio yang ada di tondano sedangkan kualitas yang ditawarkan hampir relatif sama. Perbandingan harga tersebut dapat di lihat di tabel 2 dibawah ini.

Tabel 2

NO	NAMA STUDIO	HARGA/JAM
1	CASEY MUSIK STUDIO	Rp. 70.000
2	BAROL STUDIO	Rp. 50.000
3	DOUBLE D STUDIO	Rp. 50.000

Dapat dilihat dari penjelasan latar belakang diatas yang telah diuraikan, sehingga dapat dijelaskan bahwa terdapat masalah dimana konsumen merasa tidak puas dengan jasa yang diberikan oleh studio tersebut, faktor penyebab terjadinya penurunan minat penggunaan yang menggambarkan rasa tidak puas sehingga sedikit konsumen yang menggunakan kembali jasa Casey Musik Studio yang disebabkan dari kualitas pelayanan yang belum mencapai harapan dari konsumen, ada juga faktor lain seperti harga yang ditawarkan oleh Casey Musik Studio relatif lebih mahal sehingga menciptakan perbandingan dan harapan yang lebih besar terhadap Casey Musik Studio.

Dari latar belakang masalah yang terdapat di Casey Musik Studio sehingga rumusan masalah didalam penelitian ini yaitu: Apakah kualitas pelayanan yang ada di Casey Musik Studio dapat mempengaruhi kepuasan dari pelanggan? Apakah Harga yang diberikan Casey Musik Studio dapat mempengaruhi kepuasan dari pelanggan? Apakah Kualitas pelayanan dan harga di Casey Musik Studio dapat mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan?

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2012) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan bahagia atau kecewa yang dapat timbul setelah mereka membandingkan apa yang diharapkan dengan apa yang diperoleh sesudah menggunakan produk. Kepuasan atau perasaan bahagia yang tinggi menghasilkan ikatan emosional dengan produk atau perusahaan yang bersangkutan.

kepuasan pelanggan yaitu, tingkat perasaan atau rasa pengguna produk atau jasa setelah membandingkan hasil kinerja produk yang dibandingkan dengan harapan mereka sebelumnya.

Faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut Zeitzmal (2002) yaitu:

1. Kualitas Pelayanan, yaitu perasaan puas yang dirasakan konsumen setelah mendapatkan pelayanan.
2. Kualitas produk, yaitu konsumen kemampuan suatu produk yang dapat menghasilkan perasaan puas.
3. Harga, yaitu produk yang sama tetapi mempunyai harga yang lebih murah.
4. Faktor Pribadi, yaitu karakteristik dari pelanggan.

Faktor yang harus diperhatikan untuk mengukur kepuasan konsumen menurut Tjiptono, Fandy (2014:368) diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Kepuasan Pelanggan Secara Keseluruhan.
metode yang simpel berguna dalam mengukur tingkatan dari kepuasan pelanggan yaitu langsung berinteraksi dan mewawancarai apakah pelanggan puas dengan produk atau jasa yang ditawarkan.
2. Konfirmasi Harapan
Dalam hal ini, kepuasan pelanggan tidak akan diukur secara langsung, tetapi akan disimpulkan dari apa yang dirasakan apakah itu sudah sesuai dengan harapan pelanggan dengan kinerja yang diberikan produk perusahaan pada pelanggan.
3. Niat Beli Ulang.
Kepuasan pelanggan diukur dengan cara bertanya langsung kepada pelanggan apakah pelanggan akan menggunakan produk jasa yang ditawarkan lagi dari tempat yang sama atau tidak.
4. Kesiediaan untuk merekomendasi.
Jika pelanggan/konsumen merasa puas dengan jasa yang diberikan, maka mereka akan mengabdikan produk tersebut dan tanpa ada paksaan mereka akan memperkenalkan produk tersebut kepada kerabat dan orang yang mereka kenal.

Kualitas Pelayanan

Lovelock dan Wirtz (2011) memberikan definisi mengenai pelayanan

sebagai aktivitas ekonomi dalam bentuk penawaran dari satu pihak terhadap pihak lainnya. Sering berbasis waktu, pelaksanaannya memberikan hasil yang diharapkan untuk penerima produk atas jasa, yang merupakan tanggung jawab pemberi jasa. kualitas pelayanan yaitu segala usaha perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen yang akan menghasilkan suatu penilaian dari apa yang dipersepsikan pelanggan dengan apa yang dirasakan setelah menggunakan produk jasa.

Tjiptono (2000) kualitas pelayanan dapat diukur dengan dimensi sebagai berikut:

- a. Bukti Langsung (*Tangible*)
Tangible merupakan salah satu pengukur suatu kualitas pelayanan berdasarkan fisik dari perusahaan yang dapat dinilai sebelum dirasakan.
- b. Keandalan (*Reliability*)
Kemampuan yang dapat diandalkan dalam memberikan layanan dengan rasa tanggung jawab dan tepat sesuai kebutuhan konsumen.
- c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
Kesadaran atau perasaan yang peka untuk langsung bertindak menolong konsumen dan memberikan pelayanan tepat pada waktunya sebelum terjadinya pengeluaran.
- d. Jaminan (*Assurance*)
Jaminan yaitu tindakan karyawan yang dapat menimbulkan rasa percaya dan aman terhadap produk yang digunakan.
- e. Empati (*Empathy*)
Empati, yaitu karyawan paham jelas masalah apa yang dialami pelanggan dan langsung mengambil tindakan untuk kenyamanan.

Harga

Harga atau tarif adalah komponen yang sangat penting dalam suatu usaha, karena dapat berdampak pada pendapatan produsen. Harga dapat menjadi pertimbangan pelanggan dalam menggunakan jasa, sehingga perlu

diberikan perhatian khusus dalam penentuan harga. Philip Kotler (2012) menerangkan bahwa harga merupakan suatu elemen dalam bauran pemasaran yang dapat berubah-ubah. Harga dapat berubah dengan cepat, tidak sama seperti ciri khas suatu produk. harga adalah berupah uang yang wajib dan harus dikorbankan oleh konsumen agar bisa mendapatkan sejumlah barang ataupun jasa sesuai dengan yang diinginkan.

Kotler dan Armstrong (2008), menjelaskan jika ingin mengukur harga maka indikator yang bisa untuk menjelaskan mengenai harga yaitu: kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan. Keterjangkauan dari harga yang ditawarkan, kesesuaian harga dengan kualitas dari produk yang ditawarkan, dan daya saing dari harga,

Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban dari penulis yang mempunyai arti sementara, hipotesis dari peneliti didalam penelitian ini yaitu:

H1: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan Casey Musik Studio terhadap kepuasan pelanggan.

H2: Terdapat pengaruh harga di Casey Musik Studio terhadap kepuasan pelanggan.

H3: Terdapat Pengaruh kualitas pelayanan dan harga di Casey Musik Studio terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Adapun variabel penelitian yang digunakan adalah variabel (X) yang menggambarkan variabel bebas, terdiri dari kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2); serta variabel (Y) yang menggambarkan variabel terikat melalui kepuasan pelanggan (Y).

Populasi dan Sampel

Populasi didalam penelitian ini yaitu keseluruhan konsumen yang pernah menggunakan jasa Casey Musik Studio yang tidak terhingga jumlahnya. Sampel

adalah sebagian dari populasi yang dapat menggambarkan populasi itu sendiri, Karena populasi konsumen Casey Musik Studio didalam penelitian ini tidak diketahui sehingga jumlah sampel ditentukan berdasarkan pendapat dari. Hair et (1998) merekomendasikan, apabila populasi tidak diketahui, jumlah sampel minimal adalah lima kali dari jumlah butir pertanyaan yang terdapat di kuisisioner. Didalam penelitian ini total pertanyaan ada dua puluh enam. Sehingga sampel dalam penelitian ini adalah: $26 \times 5 = 130$. Berdasarkan perhitungan tersebut, besarnya sampel adalah 130 orang konsumen Casey Musik Studio.

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan didalam penelitian ini yaitu teknik penyebaran lembar kuisisioner. Pertanyaan di dalam lembar kuisisioner dibuat untuk penelitian kuantitatif.

Instrumen

1. Uji Validitas

Berdasarkan pendapat dari Sugiyono (2016) menerangkan derajat dari ketepatan diantara beberapa data yang dapat terjadi pada objek penelitian dengan data yang dikumpulkan peneliti untuk mencari validitas dari sebuah item. Uji Validitas akan diuji menggunakan SPSS 22, apabila R hitung > R tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa data valid begitu juga sebaliknya.

Berdasarkan hasil output diatas maka dapat diketahui jumlah angket yang dapat digunakan untuk pelenitian yaitu 10 untuk kualitas pelayanan dan outliner dikeluarkan sehingga item yang dapat digunakan yaitu 9, untuk variabel harga total item yang dapat digunakan sebanyak 8 item dan semua dinyatakan valid, untuk variabel kepuasan pelanggan total item 8 dan item yang dapat digunakan yaitu berjumlah 8 item.

Tabel 3 Uji Validitas

Varibel	Total item	Item valid
Kualitas Pelayanan	10	9
Harga	8	8
Kepuasan	8	8

Sumber: hasil olahan data

Tabel 4 Hasil pengujian reliabilitas

NO	Variabel	Alpha	Item	Keputusan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0.793	9	Reliabel
2	Harga (X2)	0.755	8	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	0.678	8	Reliabel

Sumber: hasil olahan data

Uji Reliabilitas

Dalam pengujian reliabilitas peneliti menggunakan program SPSS 22. Kuisisioner dalam penelitian dapat di katakan reliabel/dapat diandalkan jika nilai output yang dapat dilihat dari *Alpha* lebih dari taraf sigifikansi 60% maka dapat disimpulkan dari kuisisioner yang diteliti dapat diandalkan atau reliabel.

Berdasarkan Tabel 4 sehingga dapat diambil kesimpulan berdasarkan

nilai *Cronbach's Alpha* yang di hasilkan dari output masing-masing variabel adalah. Kualitas Pelayanan, dari 9 item pertanyaan mendapatkan output nilai *Alpha* = 0.793, Harga dari 8 item pertanyaan memperoleh nilai *Alpha* = 0.755 atau dan Kepuasan Pelanggan dari 8 item pertanyaan memperoleh nilai output *Alpha* = 0.678, sehingga dapat disimpulkan bahwa dari item pertanyaan yang berasal dari Kualitas Pelayanan

(X1), Harga (X2), dan Kepuasan Pelayanan (Y), bisa diambil kesimpulan bahwa instrument pernyataan reliabel atau dapat diandalkan.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik penelitian regresi linier berganda. Analisis ini digunakan guna untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel Kualitas Pelayanan (KP), Harga (H), dan Kepuasan Pelanggan Casey Musik Studio (KPC). Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$(KPC) = \alpha + \beta_1(KP) + \beta_2(H) + e$$

KPC : Kepuasan Pelanggan Casey Music Studio
KP : Kualitas Pelayanan
H : Harga
 α : Koefisien Konstanta
 β : Koefisien Regresi
e : Standar Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Untuk menguji normalitas dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengujian dengan melihat tabel Kolmogorov-Smirnov yang akan melihat data berdistribusi normal atau tidak dengan membandingkan nilai signifikansi dari output program SPSS tabel kolmogorov smirnov, dan apabila dari hasil output nilai signifikan lebih besar dari syarat yaitu

0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Berdasarkan tabel 5 di atas, terlihat bahwa nilai Asymp.sig. 200, jika nilai output program SPSS signifikansi dari output kolmogorov smirnov lebih besar dari syarat 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Ketentuan untuk melihat apakah terdapat multikolinieritas atau tidak yaitu dengan melihat nilai tolerance dan (VIF). Jika nilai tolerance ≥ 0.10 dan nilai VIF ≤ 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas dalam model regresi.

Berdasarkan tabel tabel 6 maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas. Pengambilan keputusan tersebut berasal dari perbandingan nilai yang berasal dari output spss yang dapat dilihat pada nilai Tolerance yang lebih dari 0.10 dan nilai VIF kurang dari 10.

3. Hasil pengujian heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mencari tahu apakah ada atau tidaknya penyimpangan dari asumsi klasik heteroskedastisitas. Untuk dapat melihat apakah ada atau tidaknya penyimpangan heteroskedastisitas dari penelitian ini dapat diketahui dengan melihat gambar dari output scatterplot SPSS dengan syarat, jika plot atau titik-titik pada gambar scatterplot menyebar di bawah angka 0 dan di atas angka 0 dengan tidak membentuk suatu pola yang jelas maka dapat disimpulkan tidak ada gejala heteroskedastisitas.

Tabel 5 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

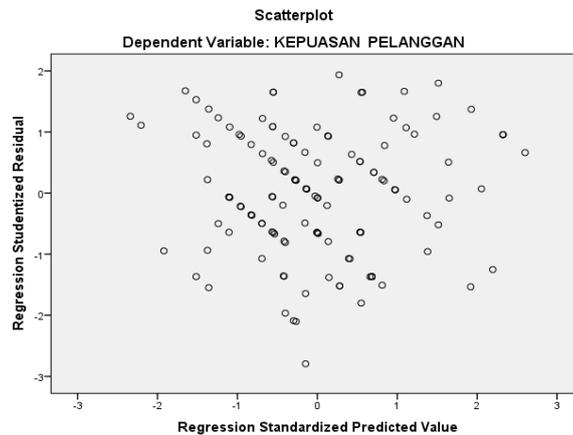
		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.00000000
	Std. Deviation	1.735921177
Mosst Externe Differences	Absolute	.0168
	Positive	.0257
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

sumber: hasil olahan data

Tabel 6 Coefficients^a

Model	Collinearty Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
KUALITAS_PELAYANAN	.961	1.041
HARGA	.961	1.041

sumber: hasil olahan data



Gambar 1. Scatter plot Heterokedasitis

Berdasarkan gambar scatterplot dari hasil output program SPSS 22 diatas dapat dilihat titik-titik menyebar di atas dari angka nol dan di bawa dari angka nol dan tidak terbentuk suatu pola atau bentuk yang bergelomban ke atas dan kebawa angka nol. Maka dapat disimpulkan bahwa didalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Regresi.

Berdasarkan tabel 7 diperoleh nilai constanta (a) adalah 7.579, dan nilai pengaruh kualitas pelayanan (bX1) adalah 0.246 dan pengaruh harga (bX2) adalah 0.506. Maka dapat disimpulkan persamaan sistematisnya adalah:

$$Y = a + bX1 + bX2 \text{ atau}$$

$$Y = 7.579 + 0.246 X1 + 0.506 X2$$

didalam hal ini, syymbol b dinamakan koefisien regresi mengbambarkan perubahan dari variabel Y untuk setiap

perubahan yang terjadi dari variabel X. Sehingga dalam persamaan ini dapat disimpulkan dan dijelaskan, sebagai berikut:

- Konstanta (a) = 7.579, menyimpulkan jika kualitas pelayanan dan harga tidak mempunyai nilai atau kosong maka kepuasan didalam penelitian ini akan bernilai 7.579.
- Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) = 0.246, menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan nilai pengaruh dari kualitas pelayanan di Casey Musik Studio , maka akan meningkatkan nilai dari kepuasan pelanggan sebesar 0.246.
- Koefisien regresi dari variabel harga (X2) dari penelitian ini = 0.506, yang menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan nilai pengaruh harga di Casey Musik Studio, maka akan meningkatkan nilai dari kepuasan pelanggan sebesar 0.506.

Tabel 8
Coefficients^a

Model	T	Sig.
(Constant)	3.339	.001
KUALITAS PELAYANAN	5.452	.000
HARGA	9.237	.000

sumber: hasil olahan data

Tabel 9
ANOVA^a

Model	F	Sig.
1 Regression	70.249	.000 ^b
Residual		
Total		

sumber: hasil olahan data

Tabel 10
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.725 ^a	.525	.518

sumber: hasil olahan data

Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t bertujuan untuk melihat apakah terdapat pengaruh di Casey Musik Studio secara parsial antara variabel bebas dan terikat. Dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan nilai signifikan sesuai dengan ketentuan. Jika nilai t_{hitung} lebih besar dan nilai signifikan kurang dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan hipotesis penelitian di terima, begitu juga sebaliknya. t_{tabel} dalam penelitian ini=1.97912.

Variabel kualitas pelayanan (X1) dengan koefisien regresi sebesar 0,246 menunjukkan nilai t_{hitung} (5.452) > t_{tabel} (1.97912) dan taraf signifikan 0.000 < 0.05. Dengan demikian H_0 1 ditolak dan H_a 1 dapat diterima. Berdasarkan output tersebut dan perbandingan yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan di Casey Musik Studio berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan.

Variabel harga (X2) dengan koefisien regresi sebesar 0.506 menunjukkan nilai t_{hitung} (9.237) > t_{tabel} (1.97912) dan taraf signifikan 0.000 < 0.05. Dengan demikian H_0 2 ditolak dan H_a 2 diterima. Berdasarkan output tersebut dan perbandingan yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa Harga di Casey Musik Studio berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan.

2. Uji F

Uji F bertujuan untuk melihat apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas dan terikat. Dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan nilai signifikan sesuai dengan ketentuan. Jika nilai F_{hitung} lebih besar dan nilai signifikan kurang dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan hipotesis penelitian di terima, begitu juga sebaliknya. F_{tabel} dalam penelitian ini= 3.07

Dengan demikian H_0 3 ditolak sehingga H_a 3 didalam penelitian ini diterima. Berdasarkan hasil output pengujian maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga di Casey

Musik Studio berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan.

3. Uji Koefisien Kolerasi

Dari output SPSS diatas dapat menunjukkan nilai R dari penelitian ini sebesar 0.725 atau 72,5% berdasarkan output tersebut menggambarkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga di Casey Musik Studio mempunyai hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan

4. Uji Koefisien Determenasi

Dapat diketahui bahwa nilai R Square pada analisis regresi tersebut sebesar 0,525 yang berarti bahwa variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan harga memberikan kontribusi terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan di Casey Musik Studio sebesar 52,5% sedangkan 47,5% kontribusi diberikan oleh variabel yang tidak diteliti didalam penelitian yang dilakukan di Casey Musik Studio

PEMBAHASAN

Penelitian ini telah dilakukan yang bertujuan guna untuk mencari tahu seberapa besarkah pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Casey Musik Studio. Peneliti memperoleh hasil ini setelah melakukan analisis data yang bersumber dari item pernyataan yang telah diberi bobot dan diolah menggunakan program yang telah ditentukan berdasarkan ketentuan yang ada sehingga menghasilkan pembahasan sebagai berikut.

Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Casey Musik Studio. Hasil yang diperoleh dari t_{hitung} sebesar 5.452 > t_{tabel} 1.97912 ($n-k-2 = 130-3-2 = 125$) dan tingkat signifikansi dari variabel kualitas pelayanan lebih kecil dari 0,05 sehingga didalam penelitian ini bisa disimpulkan bahwa H_0 1 ditolak dan H_a 1 diterima. Penelitian ini membuktikan bahwa

pelayanan yang berasal dari Casey Musik Studio harus dan selaluh diperhatikan dengan baik, karena seiring berkembangnya waktu semakin berkembang pula ekspektasi dan tingkat kepuasan seseorang, berdasarkan dari penelitian ini, variabel kualitas pelayanan ternyata dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang ada di Casey Musik Studio, dari segi positif dan negatif kualitas pelayanan yang diberikan Casey Musik Studio harus ditingkatkan selalu.

Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Casey Musik Studio. Hasil yang diperoleh thitung sebesar $9.237 > t_{tabel} 1.97912$ ($n-k-2 = 130-3-2 = 125$) dan tingkat signifikansi dari variabel harga lebih kecil dari 0,05 sehingga berdasarkan hasil diatas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa H_02 didalam penelitian ini ditolak dan H_a2 diterima. Hal tersebut terbukti dari hasil pengujian yang menggambarkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel harga terhadap kepuasan pelanggan. Hasil tersebut membuktikan bahwa harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di Casey Musik Studio, itu membuktikan bahwa semakin tinggi harga maka akan semakin tinggi harapan konsumen sebelum menggunakan jasa, jika harapan tersebut ternyata tidak terpenuhi maka akan menghasilkan perasaan tidak puas terhadap jasa yang telah dikonsumsi.

Dari hasil analisis yang telah dilakukan dalam uji F, yang berasal dari pelanggan Casey Musik Studio, mendapatkan hasil penelitian dimana kualitas pelayanan dan harga secara bersama dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di Casey Musik Studio. Hal tersebut terbukti dari hasil output dimana nilai $F_{hitung} (70.249) > F_{tabel} (3,07)$.

Sehingga didalam penelitian ini peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa H_03 didalam penelitian yang ini ditolak dan H_a3 didalam penelitian ini diterima. Dari hasil pengujian diatas maka penulis mengambil berpendapat bahwa pelayanan dan harga benar berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Casey Musik Studio.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil dari pembahasan maka peneliti mendapatkan kesimpulan dimana kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Casey Musik Studio, hal tersebut sejalan dengan penelitian dari ke tiga peneliti terdahulu yang digunakan sebagai referensi didalam penelitian ini. Hal tersebut menggambarkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Berdasarkan hasil dari penelitian maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Casey Musik Studio yang berarti H_a2 diterima. Hal tersebut menggambarkan bahwa semakin terjangkau harga di Casey Musik Studio maka semakin rendah juga ekspektasi dari pelanggan sebelum menggunakan jasa, sehingga dapat memperkecil kekecewaan dan meningkatkan kepuasan.
3. Berdasarkan hasil dari penelitian maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Casey Musik Studio, yang berarti H_a3 dalam penelitian ini diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Yuwananto, E. (2011). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima di Kecamatan Gunung Pati. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang.
- Hair et al. (1998), *Multivariate Data Analysis, Fifth Edition*, Prentice Hall, Upper Saddle River. New Jersey
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Prehallindo. Jakarta
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi*, 7(2), 113–126. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet. Bandung
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi. Yogyakarta
- Lovelock dan Wirtz. 2011. *Pemasaran Jasa. Edisi 7*. Erlangga. Jakarta
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta
- Wisnamawati. (2005). Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat pembelian Ulang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(3): 153-165.
- Zeithmal dan Bitner. (2002). *Service Marketing*. McGraw Hill Inc. Internasional Edition. New York