



Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Mulia Jaya Tondongkura Kecamatan Tondong Tallasa Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan

Rukmawaty Muta'al¹, Ade Ariswildani A²

^{1,2}STAI DDI PANGKEP

¹kumalamutaal@gmail.com, ²aashiralwildan@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengungkap adanya Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Mulia Jaya Tondongkura Kecamatan Tondong Tallasa Kabupaten Pangkep, yang diurai kedalam beberapa sub permasalahan: Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Mulia Jaya Tondongkura dan apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Mulia Jaya Tondongkura? Menjawab permasalahan yang diangkat, maka ditempuh melalui pendekatan pendekatan Asosiatif atau hubungan, sedangkan jenis penelitian yang digunakan penelitian kuantitatif. jumlah populasi sebanyak 300 orang, teknik penarikan sampel dalam penelitian menggunakan accidental sampling, dengan jumlah sampel yaitu sebagian pelanggan yang kebetulan berkunjung ke toko Mulia Jaya Tondongkura dan bertemu dengan peneliti sebanyak 75 orang. Data penelitian diambil melalui proses angket yang diperoleh selama penelitian berlangsung, sebelum angket diberikan terlebih dahulu dilakukan validasi dan reliabilitas. Selanjutnya data dianalisis kemudian menarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitian. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Toko Mulia Jaya Tondongkura Kecamatan Tondong Tallasa Kabupaten Pangkep. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) dengan nilai signifikan sebesar 0,000, Karena berada dibawah nilai signifikansi yang diisyaratkan yaitu 0,05 semakin baik pula nilai informasi Harga (X1). Kualitas Layanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Toko Mulia Jaya Tondongkura Kecamatan Tondong Tallasa Kabupaten Pangkep. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X2) dengan nilai signifikan sebesar 0,000, Karena berada dibawah nilai signifikansi yang diisyaratkan yaitu 0,05 semakin baik pula nilai informasi Kualitas Layanan (X2).

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, harga.

1. Pendahuluan

Seiring dengan semakin pesatnya persaingan dunia bisnis di Indonesia serta semakin majunya teknologi dan informasi membuat konsumen lebih gampang mendapatkan informasi yang lebih lengkap mengenai alternatif pilihan produk yang tersedia di pasar. Para produsen atau penjual akan terus berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan serta memberikan kepuasan secara maksimal kepada para konsumen atau pelanggan mereka. Oleh sebab itu konsumen merupakan hal yang utama yang harus di perhatikan disamping kualitas produk yang di jual. Persaingan kualitas produk dan harga sangat ketat, menuntut para pemasar untuk mampu menyediakan pelayanan yang berkualitas dan harga yang mampu di jangkau oleh konsumen serta dapat mengembangkan suatu produk yang bermanfaat dan inovatif sesuai dengan harapan konsumen dan kebutuhan pasar, sehingga kepuasan setelah bertransaksi dapat diperoleh dan akan membuat konsumen melakukan pembelian di waktu yang akan datang (Riyani et al., 2021).

Para produsen pun berlomba-lomba untuk sebisa mungkin mampu bersaing dengan kompetitor-kompetitor yang lain. Hal tersebut dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang menghasilkan produk dengan jenis dan kegunaan yang sama akan tetapi berbeda harga dan kualitasnya. Konsumen pun akan bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih produk yang akan dibelinya. Tidak sedikit konsumen yang lebih memilih untuk tidak lagi membeli produk sekedar berdasarkan pertimbangan wujud fisik saja, namun juga banyak konsumen yang lebih mempertimbangkan beberapa hal seperti pelayanan dan harga yang di berikan, mulai dari tahap pembelian sampai pada tahap pasca pembelian (Said & Nitasari, 2020).

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan suatu perusahaan. Saat ini semakin banyak perusahaan yang mulai memahami arti penting dari kepuasan konsumen sehingga mereka mulai menjalankan strategi mereka guna memberikan kepuasan yang maksimal terhadap konsumennya.

Kepuasan adalah dimana tingkatan produk atau jasa dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan juga merupakan hasrat yang tidak bisa diukur dengan nilai, setiap orang memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda akan tetapi apabila yang diinginkan terpenuhi maka akan menimbulkan suatu kepuasan tersendiri. Sebagai agama yang rahmatan lil alamin, Islam tidak membatasi konsumsi umatnya. Islam hanya mengatur etika konsumsi sebagai wujud kebersinambungan antara sang makhluk (*habl min al-ns*) dan antara sang Tuhan (*hab min-allah*) (Donovan S. & Fadillah, 2020). Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk atau jasa sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Jika produk atau jasa tersebut jauh dibawah harapan, maka kemungkinan konsumen akan merasa kecewa.

Kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa atau pelayanan juga sangat dipengaruhi oleh harga. Kualitas produk atau jasa merupakan daya tarik tersendiri yang tidak dapat dilepaskan dari harga seperti uang, waktu, aktivitas kognitif, upaya perilaku, nilai dan penetapan harga. Karena harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Harga adalah sejumlah uang yang digunakan sebagai alat tukar untuk memperoleh suatu produk atau jasa (Mahmud, 2021). Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu, pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang tidak diharapkan. Baik atau tidaknya kualitas pelayanan yang di berikan tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen. Harga juga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa dengan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Dalam Islam harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya. Kepuasan konsumen juga tergantung pada kualitas jasa atau pelayanannya.

Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan barang jasa. Kualitas pelayanan juga merupakan sebuah kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik atau tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa yang di berikan tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan. Pelayanan yang seperti inilah yang dipersepsikan sebagai pelayanan berkualitas dan memuaskan. Harapan konsumen tersebut dapat dilihat dari pelayanan yang baik, ramah tamah, sopan santun, ketepatan waktu, dan kecepatan menjadi salah satu nilai

penting yang banyak diharapkan oleh para konsumen (Aswir & Misbah, 2018).

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan di banding kompetitor-kompetitor yang ada (Solikha & Suprpta, 2020).

Salah satu bisnis usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis grosir dan ritel Toko Mulia Jaya Tondongkura. Persaingan tersebut ditandai dengan berdirinya beberapa bisnis grosir dan ritel di sekitarnya yang dirikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun berbeda-beda, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap bisnis grosir dan ritel yang ada di desa Tondongkura. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola Toko Mulia Jaya Tondongkura untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding kompetitor lainnya. Demikian juga halnya pada Toko Mulia Jaya Tondongkura, sebagai salah satu bisnis grosir dan ritel yang ada di Desa Tondongkura Kecamatan Tondong Tallasa Kabupaten Pangkep ini, juga memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibanding pesaing yang ada disekitarnya (Slamet Widodo, S.E., M.M., 2021).

Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi, yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah melakukan transaksi di Toko Mulia Jaya Tondongkura.

Atas dasar uraian di atas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian berdasarkan aspek-aspek harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Toko Mulia Jaya Tondongkura, yang selanjutnya peneliti menuangkan penelitiannya dalam judul "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Mulia Jaya Tondongkura Kecamatan Tondong Tallasa Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan."

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan yaitu Penelitian kuantitatif adalah sebagai bentuk usaha pencatatan data hasil penelitian dalam bentuk jumlah tertentu. Atau penelitian kuantitatif adalah sebagai teknik penelitian ilmiah yang menggunakan metode statistik, yakni

dengan menggumpulkan, menyusun, meringkas dan mempresentasikan data hasil penelitian dalam bentuk angka atau statistik. Atau dapat diartikan sebagai sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat, positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu (Leplingard et al., 2003). maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan lokasi yang akan dijadikan sebagai objek penelitian skripsi ini adalah bertempat di Toko Mulia Jaya Tondongkura Kecamatan Tondong Tallasa Kabupaten Pangkep. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di lokasi tersebut karena toko tersebut merupakan salah satu toko grosir dan riel yang terbelang besar dan ramai di kunjungi, serta letak toko tersebut tidak jauh dari lokasi tempat tinggal peneliti sehingga akan memudahkan untuk melakukan penelitian.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sintya et al., 2018). Adapun populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah berbelanja di toko Mulia Jaya Tonongkura. Diambil berdasarkan jumlah pelanggan yang melakukan pembelian dalam kurun waktu satu minggu dengan perkiraan sekitar 300 orang.

Sampel adalah sebagian atau wakil yang diteliti. jika subjeknya kurang dari 100, sebaiknya mengambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Tapi jika subjeknya besar, dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih (Aswad et al., 2018). Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 75 orang, sebagian pelanggan yang kebetulan berkunjung ke toko Mulia Jaya Tondongkura dan bertemu dengan peneliti, Pengambilan sampel penelitian berdasarkan pada pendekatan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n adalah Jumlah Sampel, N adalah Jumlah Populasi dan e adalah Prakiraan tingkat kesalahan, 0,1 atau 10%

Pengumpulan Data

Data yang akan dicapai dalam riset haruslah data yang benar, karena data yang salah akan menghasilkan informasi yang salah (Maulana, 2016). Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam mencari, mendapatkan dan mengumpulkan data penelitian adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner (angket) adalah tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Safriзал, 2015) Metode ini digunakan untuk mendapatkan data-data mengenai kepuasan pelanggan terhadap harga dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Toko Mulia Jaya Tondongkura.

2. Observasi Terstruktur merupakan observasi yang telah disusun secara sistematis, tentang apa yang akan diamati, kapan dan dimana tempatnya (Sari & Mayasari, 2022).

3. Interview atau wawancara adalah pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Kurniawan & Zahra Puspitaningtyas, 2016)

4. Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan.

Validasi dan Realibitasi Instrumen

1. Uji Validasi

Uji validitas merupakan tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur atau digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen penelitian yang valid mempunyai validitas yang tinggi, sedangkan instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Untuk taraf signifikan (α) 5% dengan angka kritik 0,316. Kriteria keputusan adalah r hitung lebih besar atau sama dengan taraf 5% (0,02) maka dinyatakan valid. Untuk menguji validitas instrumen menggunakan bantuan program IBM SPSS. Skor total item adalah penjumlahan dari keseluruhan item. jika nilai kolerasi r hitung $>$ r table maka item kuesioner tersebut dinyatakan valid, sebaliknya jika r hitung $<$ r table atau nilai kolerasi negatif maka item tidak valid.

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2}}$$

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2}}$$

dimana r adalah Koefisien korelasi antara variabel X dan Y X = Variabel bebas, Y adalah Variabel terikat

Menggunakan $\alpha = 0,05$ (5%) diketahui, r hitung $>$ r tabel apabila r hitung $<$ r tabel maka status kusioner dinyatakan gugur (Saleh et al., 2019).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat keandalan suatu instrumen penelitian. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang (Dr. Drs. Ngatno, 2015).

Teknik Pengelolaan Data

Dalam mengolah data penulis menggunakan bantuan SPSS 20, dengan tahapan sebagai berikut:

- Menentukan persamaan regresi linier berganda
- Menghitung koefisien korelasi

- c. Menghitung koefisien determinasi
- d. Uji F (Uji simultan/gabungan)
- e. Uji t (Uji Parsial)
- f. Membuat kesimpulan (Rahmadi, 2011).

Teknik Analisis Data

Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan program SPSS. Adapun pengujian- pengujian akan dilakukan adalah (Affandi, n.d.):

a. Uji Kesahihan Angket

Uji validitas dan reabilitas dilakukan untuk menguji apakah kuesioner layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian atau tidak.

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah item yang digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur, atau dapat melakukan penilaian langsung dengan menggunakan metode korelasi person atau metode corrected item total correlation.

2) Uji Reliabilitas

Reabilitas merupakan tingkat keandalan suatu instrumen penelitian. Uji reliabilitas ini digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. (Dwi Priyanto, spss)

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik untuk menguji suatu model yang termasuk layak atau tidak layak digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji heterokedstas, uji normalitas dan uji multikolinieritas.

c. Uji Hipotesis

Perhitungan statistik disebut signifikansi secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak), sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

Analisis Regresi Linier Berganda

Setelah data berskala interval, untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara dua variabel bebas yaitu Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y), digunakan teknik data dengan menggunakan rumus analisis statistik regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + KP_1X_1 + H_2X_2 + e$$

Dimana: KP_1 = Kualitas pelayanan, H_2 = Harga, Y = Kepuasan pelanggan, a = konstanta dari persamaan regresi KP_1 = koefisien regresi dari variabel X_1 H_2 = koefisien regresi dari variabel X_2 e = variabel pengganggu/error

Dalam proses pengolahan data, penulis mempergunakan aplikasi komputer dengan program SPSS untuk mempermudah dan mempercepat pengolahan data. SPSS adalah suatu software yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non parametrik dengan basis windows (Saleh et al., 2019).

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Hasil Uji kualitas Data

a. Uji Validitas

Hasil Uji validitas dapat dilihat dari nilai corrected item-total correlation, nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel yang dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi (Ghozali, 2016). Nilai r tabel dihitung dengan menggunakan analisis df (degree of freedom) yaitu dengan rumus $df = n-2$ dengan n adalah jumlah responden. Suatu instrumen dikatakan valid apabila nilai korelasi r hitung $> r$ tabel, sebaliknya suatu instrumen dikatakan tidak valid apabila nilai korelasi r hitung $< r$ tabel (Astuti et al., 2014: 32). Dengan demikian, nilai $df = (n-2 = 75 - 2) = 0,225$. Hasil pengujian validitas untuk setiap variabel ditampilkan dalam Tabel 1, Tabel 2, dan Tabel 3.

Tabel 1 Uji Validitas Harga (X1)

Item Pertanyaan	R hitung	R table	Kesimpulan
X1.1	0,609	0,225	Valid
X1.2	0,756	0,225	Valid
X1.3	0,589	0,225	Valid
X1.4	0,714	0,225	Valid
X1.5	0,703	0,225	Valid
X1.6	0,619	0,225	Valid
X1.7	0,595	0,225	Valid

Tabel 2 Kualitas Layanan (X2)

Item Pertanyaan	R hitung	R table	Kesimpulan
X2.1	0,637	0,225	Valid
X2.2	0,710	0,225	Valid
X2.3	0,725	0,225	Valid
X2.4	0,598	0,225	Valid
X2.5	0,409	0,225	Valid
X2.6	0,551	0,225	Valid
X2.7	0,601	0,225	Valid
X2.8	0,567	0,225	Valid

Tabel 3 Kepuasan Pelanggan (Y)

Item Pertanyaan	R hitung	R table	Kesimpulan
Y.1	0,785	0,225	Valid
Y.2	0,614	0,225	Valid
Y.3	0,553	0,225	Valid
Y.4	0,859	0,225	Valid
Y.5	0,665	0,225	Valid

Berdasarkan pada hasil Uji Validitas pada tabel, bahwa semua item pada kuesioner menunjukkan variabel adalah Harga (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) valid dimana seluruh indeks nilai Rhitung lebih besar dari pada nilai Rtable sebesar 0,225. Sehingga hasil dari uji validitas dari semua variabel diatas menyatakan bahwa uji validitas sesuai dengan pernyataan yang ada dalam metode analisis data (Kurniawan & Zahra Puspitaningtyas, 2016).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengukur mempunyai keandalan dalam mengukur suatu dimensi. Pengukuran ini dilakukan untuk mengukur reliabelitas dengan menggunakan statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel yang dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ menurut (Saleh et al., 2019). Hasil pengujian Reliabelitas dapat ditunjukkan dalam Table 4.

Tabel 4 Hasil Uji Reliabelitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach Alpha (α)	Keterangan
Harga (X1)	7	0,789	Reliabeliy
Kualitas Layanan (X2)	8	0,728	Reliabeliy
Kepuasan Pelanggan (Y)	5	0,740	Reliability

Berdasarkan pada tabel diketahui bahwa uji reliabilitas dari masing- masing variabel memiliki Cronbach Alpha $> 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan di dalam kuesioner yang dibagikan kepada responden memiliki tingkat reliabilitas yang baik sehingga pertanyaan dalam kuesioner dapat dijadikan sebagai instrument penelitian.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui tingkat distribusi variabel dependen dan variabel independen apakah berdistribusi normal atau tidak. Dimana uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode statistik one-sample

Kolmogorov-Smirnov, dengan melihat nilai signifikan $> 0,05$ maka akan berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel berdistribusi tidak normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tistas didalam penelitian ini digunakan untuk mendeteksi apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan suatu varian pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mengetahui apakah adanya heteroskedastisitas maka dapat di uji menggunakan uji glejser. Hasil uji heteroskedastisitas dapat ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

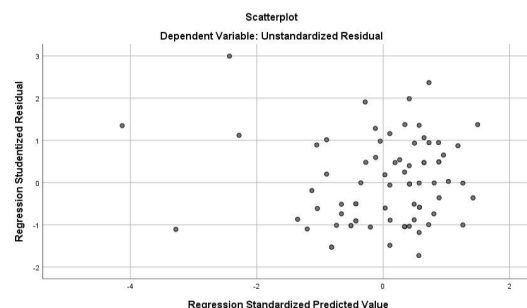
Variabel	Signifikansi	Keterangan
Harga (X1)	0,894	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kualitas Layanan (X2)	0,970	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel, dimana nilai signifikan dari variabel independen:

- 1) Harga (X1) $0, > 0,05$.
- 2) Kualitas Layanan (X2) $0, > 0,05$

Nilai signifikan dari semua variabel independen dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X1), Kualitas Layanan (X2) tidak terjadi heteroskedastisitas. Apabila ingin mendeteksi adanya Heteroskedastisitas, metode yang digunakan adalah metode chart (grafik Scatterplot). Jika:

- 1) Jika ada pola tertentu terdaftar titik-titik, yang ada membentuk suatu pola tertentu yang beraturan (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka terjadi Heteroskedastisitas.
- 2) Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar keatas dan dibawah 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.



Gambar 1 heteroskedastisitas

Tabel 6 Uji Hipotesis Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	3,088	1,704		1,812	,074	
	Harga (X1)	,330	,060	,471	5,535	,000	,738 1,356
	Kualitas Pelayanan (X2)	,269	,053	,431	5,060	,000	,738 1,356

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 7 Uji T

Variabel	Thitung	Ttabel	Sig	Keterangan
Harga (X1)	5,535	1,993	0,000	Signifikan
Kualitas Layanan (X2)	5,060	1,993	0,000	Signifikan

Tabel 8 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	172,240	2	86,120	57,570	,000 ^b
	Residual	107,706	72	1,496		
	Total	279,947	74			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan(Y)

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

1. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lain. Regresi adalah alat analisis yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan program SPSS diperoleh persamaan yang dapat dilihat dalam Tabel 6.

Berdasarkan pada Tabel 6 Maka persamaan regresi yang didapatkan dari hasil perhitungan adalah sebagai berikut:

$$Y = 3,088 + 0,330 X1 + 0,269 X2$$

Keterangan:

1) Konstanta sebesar 3,088, hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel Harga (X1), Kualitas Layanan (X2) anggaran 0 maka Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 3,088.

2) Berdasarkan Harga (X1) hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) memiliki

koefisien regresi positif dengan nilai yaitu $b = 0,330$ Artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel X1, sebesar 1 poin maka akan terjadi peningkatan sebesar nilai Kepuasan Pelanggan(Y) 0,330.

3) Berdasarkan Kualitas Layanan (X2) hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X2) memiliki koefisien regresi positif dengan nilai yaitu $b = 0,269$ Artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel X2, sebesar 1 poin maka akan terjadi peningkatan sebesar nilai Kepuasan Pelanggan (Y) 0,269.

b. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar persentasi pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dapat menunjukkan. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2). Menunjukkan bahwa besarnya nilai yang diperoleh adjusted R-Square sebesar 0,605 yang berarti % variabel Kepuasan Pelanggan (Y) di Toko Mulia Jaya Tondongkura Kecamatan Tondong Tallasa Kabupaten Pangkep yang dipengaruhi oleh Harga (X1), Kualitas Layanan (X2). Sedangkan sisanya (100-60,5%) adalah sebesar 39,5% yang dipengaruhi oleh Variabel lain diluar persamaan tersebut.

Uji T

Uji persial yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikan pada masing-masing t hitung, proses uji t identik dengan uji f. Uji sistematik t digunakan untuk mempengaruhi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan melihat nilai signifikan thitung lebih kecil dari 0,05 yang dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika thitung > ttabel maka H0 diterima dan jika thitung < ttabel maka H0 di tolak. Dalam penelitian ttabel diperoleh dari $df = n-k-1$ ($75 - 2 - 1 = 72$) dengan taraf signifikan 0,05 sebesar 1,993.

Berdasarkan hasil uji T pada Tabel 7, dapat dijelaskan sebagai berikut

1) Variabel Harga (X1)

Dari hasil perhitungan diatas yang menunjukkan bahwa nilai pada variabel Harga (X1) nilai thitung sebesar $5,535 > 1,993$ dengan nilai signifikan $0,00 < 0,5$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga (X1) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), maka H0 ditolak H1 diterima.

2) Variabel Kualitas Layanan (X2)

Dari hasil perhitungan diatas yang menunjukkan bahwa nilai pada variabel Kualitas Layanan (X2) nilai thitung

sebesar $5,060 > 1,993$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,5$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan (X2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), maka H0 ditolak H1 diterima.

c. Uji F

Uji Simultan (Uji F) di gunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel independen. Pengujian dilakukan menggunakan uji distribusi F, yaitu dengan membandingkan antara nilai kritis F (F tabel) dengan nilai F hitung yang terdapat pada tabel ANOVA. Uji F berguna untuk menguji apakah ada pengaruh Pengaruh Harga (X1), Kualitas Layanan (X2), gabungan dari pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan(Y). Adapun dua cara yang kita gunakan sebagai acuan atau pedoman untuk melakukan uji hipotesis dalam uji F. Pertama adalah membandingkan nilai signifikan (sig.) atau nilai probalitas hasil output Anova Jika nilai sig. < 0,005, maka hipotesis diterima jika nilai signifikan > 0,005 maka hipotesis ditolak. Kedua adalah membandingkan nilai Fhitung dengan nilai Ftabel. Jika nilai Fhitung > Ftabel maka hipotesis diterima jika nilai Fhitung < Ftabel maka hipotesis ditolak. Dalam penelitian ini Ftabel diperoleh dari $F_{tabel} = k : n - k$ dimana k adalah jumlah variabel dan n adalah jumlah responden. maka hasilnya ($75 - 2 = 73$) dengan taraf signifikan 0,05 sebesar 3,12. Adapun hasil output SPSS dalam analisis regresi berganda pada Tabel 8.

1. Berdasarkan Tabel 8 output SPSS, diketahui nilai sig. adalah 0,000 Karena nilai sig. $0,000 < 0,05$ maka disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain pengaruh Harga (X1), Kualitas Layanan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

2. Berdasarkan Tabel 8 output SPSS, diketahui nilai F adalah Karena nilai Fhitung $57,570 > 3,12$ maka disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain pengaruh Harga (X1), Kualitas Layanan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Pembahasan

1. Pengaruh Harga (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hal uji hipotesis menunjukkan variabel Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) di dapat hasil bahwa Harga (X1) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Toko Mulia Jaya Tondongkura Kecamatan Tondong Tallasa Kabupaten Pangkep, yang menunjukkan nilai koefisien regresi adalah 0,330 dan bertanda positif. Hal ini berarti variabel Y akan mengalami peningkatan sebesar 0,330 jika nilai variabel X1 mengalami kenaikan satu satuan

dan variabel independen lainnya bernilai tetap. Koefisien bertanda positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel Harga (X1) dengan variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Hal tersebut dikarenakan X1 memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05 dan nilai t yang bernilai 5,535 menunjukkan pengaruh yang diberikan bersifat positif terhadap variabel dependen.

2. Pengaruh Kualitas Layanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil uji hipotesis menunjukkan variabel Kualitas Layanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) di dapat hasil bahwa Kualitas Layanan (X2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Toko Mulia Jaya Tondongkura Kecamatan Tondong Tallasa Kabupaten Pangkep, yang menunjukkan nilai koefisien regresi adalah 0,269 dan bertanda positif. Hal ini berarti variabel Y akan mengalami peningkatan sebesar 0,269 jika nilai variabel X2 mengalami kenaikan satu satuan dan variabel independen lainnya bernilai tetap. Koefisien bertanda positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel Kualitas Layanan (X2) dengan variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Hal tersebut dikarenakan X2 memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05 dan nilai t yang bernilai 5,060 menunjukkan pengaruh yang diberikan bersifat positif terhadap variabel dependen.

3. Pengaruh Harga (X1), Kualitas Layanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pembahasan maka ditemukan bahwa Harga (X1), Kualitas Layanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Tingkat keeratan hubungan dari ketiga variabel X1, X2, terhadap Y mempunyai hubungan yang positif. Hubungan tersebut mengindikasikan bahwa variabel X1, X2, mempunyai hubungan yang baik dengan Y. Dari hasil koefisien determinasi atau R square (r) yang menunjukkan bahwa 60,5% Kepuasan Pelanggan (Y) yang dipengaruhi oleh variabel Harga (X1), Kualitas Layanan (X2). Sisanya yaitu sebesar 39,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Fenomena tersebut dipertegas pula dengan pengaruh yang kuat antara Harga (X1), Kualitas Layanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

4. Kesimpulan

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh Harga (X1), Kualitas Layanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Toko Mulia Jaya Tondongkura Kecamatan Tondong Tallasa Kabupaten Pangkep.

Adapun kesimpulan yang dihasilkan Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan

Pelanggan (Y) di Toko Mulia Jaya Tondongkura Kecamatan Tondong Tallasa Kabupaten Pangkep. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) dengan nilai signifikan sebesar 0,000, Karena berada dibawah nilai signifikansi yang diisyaratkan yaitu 0,05 semakin baik pula nilai informasi Harga (X1).

Kualitas Layanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Toko Mulia Jaya Tondongkura Kecamatan Tondong Tallasa Kabupaten Pangkep. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X2) dengan nilai signifikan sebesar 0,000, Karena berada dibawah nilai signifikansi yang diisyaratkan yaitu 0,05 semakin baik pula nilai informasi Kualitas Layanan (X2).

Reference

- Affandi, A. (n.d.). DASAR-DASAR PENDIDIKAN.
- Aswad, S., Realize, R., & Wangdra, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2). <https://doi.org/10.33884/jimupb.v6i2.681>
- Aswir, & Misbah, H. (2018). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析 Title. *Photosynthetica*, 2(1), 1–13. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-76887-8%0Ahttp://link.springer.com/10.1007/978-3-319-93594-2%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-409517-5.00007-3%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jff.2015.06.018%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41559-019-0877-3%0Aht>
- Donovan S., R., & Fadillah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.322>
- Dr. Drs. Ngatno, M. (2015). BUKU AJAR METODOLOGI PENELITIAN.pdf (p. 151).
- Kurniawan, A. W., & Zahra Puspitaningtyas. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif.
- Leplingard, F., Borne, S., Martinelli, C., Leclère, C., Lopez, T., Guérin, J., Bayart, D., & Vanholsbeeck, F. (2003). FWM-Assisted Raman Laser for Second-Order Raman Pumping. In *Optics InfoBase Conference Papers* (pp. 431–432).
- Mahmud, N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Transmart Setiabudi Semarang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis STIE Anindyaguna*, 3(1), 159–167.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Volume*, 7(2), 113–125.
- Rahmadi. (2011). Pengantar Metodologi Penelitian. In Antasari Press.
- Riyani, D., Larashati, I., & Juhana, D. (2021). Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Salah Satu Penyedia Jasa Internet Di Kota Bandung). 14(2), 94–101.
- Safrizal, S. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Ayam Penyet Pak Ulis di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 4(1), 196969.

- Said, A., & Nitasari, A. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Sport Station Kota Batu. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 3(1), 106. <https://doi.org/10.47201/jamin.v3i1.68>
- Saleh, S., Pd, S., Pd, M., Helaluddin, D., رويد كورس, Raco, J., Salim & Syahrur, Ahyar, H. dkk, & Helaluddin, D. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif.pdf* (Issue March, pp. 11–11).
- Sari, N. L. P. D. A., & Mayasari, N. M. D. A. (2022). Kecamatan Banjar. 4(1), 108–115.
- Sintya, L. I., Karuntu, M. M., Sam, U., & Manado, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa Feb Unsrat Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1778–1787.
- Slamet Widodo, S.E., M.M., M. B. A. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MOLIVIA CAFE (Studi Kasus Pada Konsumen Molivia Cafe, Jalan H.M. Joni, Teladan Timur, Kota Medan). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 13(1), 2013–2015.
- Solikha, S., & Suprpta, I. (2020). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus pada PT. GO-JEK). *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 67–81. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i1.91>
-