

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Counter Farah Cell

Siti Diana Faradisa¹, Amin Sadiqin²

¹²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya

aminsadiqin@stiemahardhika.ac.id

Citation: Faradisa, S.D., & Sadiqin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Counter Farah Cell. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 2(1), 56-61.
<https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/62>

Received: 14 Oktober 2021
Accepted: 25 Oktober 2021
Published: 13 November 2021

Publisher's Note: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS) stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright: © 2021 by the authors. Licensee Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS), Magetan, Indonesia. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Abstract.

A company is required to be able to maintain a good name in the eyes of its customers. Whether in terms of service or price. Good and friendly service will increase the number of buyers, making it easier for the company to achieve its goal of getting maximum profit. Not only that, but price also has a significant influence on customer satisfaction. Low prices can attract customers to buy what the company sells. This journal will discuss the effect of service quality and price on customer satisfaction using a descriptive type of research, using a qualitative approach. The results showed that there was a positive and significant influence between product quality and price on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction

Abstrak.

Sebuah perusahaan dituntut untuk dapat mempertahankan nama baik dimata pelangganya. Entah dari segi pelayanan maupun harga. Pelayanan yang baik dan ramah akan meningkatkan jumlah pembeli sehingga membuat perusahaan lebih mudah untuk mencapai tujuan yaitu mendapatkan laba yang maksimal. Tidak hanya itu, harga juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga yang murah dapat menarik para pelanggan untuk membeli apa yang dijual perusahaan tersebut. Jurnal ini akan membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan Jenis penelitian deskriptif, dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini teknologi, pendidikan dan pendapatan semakin meningkat, hal ini membuat kebutuhan dan keinginan pelanggan yang beragam juga. Tidak heran jika persaingan

bisnis semakin ketat karna meningkatnya jumlah persaingan bisnis. Dalam persaingan bisnis, perusahaan harus mampu memberi kualitas pelayan maupun harga yang lebih baik dari pesaing lainnya. Karena pelanggan selalu menilai dan membandingkan perusahaan yang memberikan kualitas dari segi pelayanan dan harga yang terbaik.

Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk lebih cermat dan kreatif dalam membuat dan mengambil keputusan terhadap strateginya. Agar dapat merebut dan mempertahankan kepuasan terhadap pelanggan dengan cara memenuhi harapan pelanggan dan memberikan pelayanan yang memuaskan dari pesaing lainnya.

Kualitas pelayanan terhadap pelanggan merupakan salah satu bentuk upaya yang dilakukan sebagai faktor penentu dari kepuasan pelanggan dan secara langsung dapat dilihat dari tingkat keberhasilan. Puas atau tidaknya pelanggan adalah bentuk evaluasi terhadap pelayanan perusahaan. Jika pelanggan puas terhadap pelayanan perusahaan, maka pihak perusahaan harus mempertahankan dan bahkan jika perlu ditingkatkan. Akan tetapi jika pelanggan tidak puas dan kecewa, maka selain kehilangan pelanggan perusahaan juga akan mengalami awal kegagalan yang akan mendatang. Untuk itu jika ingin perusahaan tetap beroperasi maka sudah seharusnya perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik.

Yang dimaksud Kualitas pelayanan yang baik adalah perusahaan tanggap atau cepat merespon dalam membantu dan melayani kebutuhan pelanggan. Perusahaan mampu mempunyai pengetahuan kualitas tentang produk secara detail, menjelaskan secara sopan, komunikatif dan ramah kepada pelanggan. Tidak hanya itu, perusahaan juga harus memberikan fasilitas yang memadai, tempat perusahaan yang nyaman, aman, dan mendapat hasil yang memuaskan. Oleh karena itu pihak perusahaan harus memikirkan bagaimana kualitas pelayanan yang memuaskan terus menerus dilakukan dan ditingkatkan agar perusahaan tetap bertahan.

Tidak hanya kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan juga pengaruh terhadap harga. Harga adalah ukuran uang tunai yang dibebankan untuk suatu barang yang diperdagangkan pembeli untuk manfaat yang dimiliki barang tersebut. Seperti yang dinyatakan oleh William J. Stanton, harga adalah ukuran uang tunai (mungkin di samping barang dagangan tertentu) yang diperlukan untuk memperoleh campuran suatu barang dan biaya administrasi.

Dalam sebuah perusahaan dari berbagai bidang kebijakan menentukan harga adalah kunci strategi dalam menjalankan suatu bisnis. Mahal atau tidaknya suatu harga adalah bersifat relatif. Perusahaan harus memantau harga yang ditetapkan para pesaing lainnya. Agar tidak memberikan harga yang terlalu tinggi sehingga dapat bersaing dalam jangka panjang.

Kesalahan dalam menentukan penetapan harga akan memberikan dampak yang tidak baik bagi perusahaan. Apabila terlalu mahal, pelanggan akan kecewa dan tidak kembali. Bahkan bisa saja tidak jadi transaksi karna harga yang terlalu mahal. Begitupun sebaliknya. Jika perusahaan menetapkan harga yang sangat murah. Pelanggan memang senang, akan tetapi akan berdampak pada kerugian perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus menghitung dengan teliti untuk menetapkan suatu harga. Agar dapat memberikan harga yang sesuai dan tidak mengalami kerugian.

Dari latar belakang tersebut penulis akan melakukan penelitian tentang " Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan ". Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif dengan menggunakan metode survey melalui kuesioner.

METODE PENELITIAN

Pengujian yang akan digunakan adalah teknik kuantitatif dengan menggunakan jenis kooperatif. Diafiliasi oleh Sugiyono (2016: 55) adalah penelitian yang mengharapkan untuk

memutuskan hubungan antara setidaknya dua faktor. Ada faktor otonom (faktor yang terpengaruh) dan faktor lingkungan (faktor yang terkena dampak). Menurut Sukidin dan Mundir, eksplorasi kuantitatif adalah penelitian yang informasinya berupa angka atau bukan angka yang diberi nomor (informasi subjektif kuantitatif), kemudian ditangani dengan persamaan faktual tertentu, dan diuraikan untuk menguji spekulasi yang telah ditetapkan sebelumnya. waktu, dan sebagian besar berarti menemukan keadaan dan hasil logis. sesuatu. Pemeriksaan kuantitatif pada umumnya akan menganalisis lebih dari satu variabel. Pemeriksaan kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk memeriksa populasi atau tes tertentu, yang mengumpulkan informasi dengan menggunakan instrumen penelitian. membedah informasi terukur, yang diusulkan untuk menguji teori set up.

Populasi adalah suatu kumpulan atau seluruh obyek pemeriksaan yang mempunyai sifat-sifat atau sifat-sifat tertentu yang diselesaikan untuk suatu penyelidikan. Populasi dalam pemeriksaan ini adalah klien di Counter Farah Cell. Sedangkan keteladanan penting untuk diperhatikan kuantitas atribut yang digerakkan oleh masyarakat. Metode pengujian yang digunakan adalah pengujian non probability sampling, khususnya prosedur pengujian yang bergantung pada kemungkinan, yang berarti bahwa setiap orang yang memenuhi analisis akan didekati untuk menjadi contoh jika sesuai dengan atribut.

Strategi pengumpulan informasi menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah teknik studi pemeriksaan yang bermaksud mengumpulkan informasi dari jawaban responden. Jajak pendapat sebagian besar sebagai pertanyaan atau pernyataan yang disusun untuk dijawab oleh responden, kemudian, pada saat itu tanggapan yang sesuai disiapkan dan dibuat menjadi hipotesis atau akhir. Penanda estimasi dalam penelitian ini digunakan untuk menilai reaksi responden terhadap kualitas dukungan, khususnya Bukti Aktual, Responsiveness, Dependability, Simpati, dan Afirmasi, Tjiptono dan Chandra (2013). Sementara itu, estimasi pointer yang diidentifikasi dengan biaya adalah item, tingkat kemajuan, dan tingkat persaingan Morissan (2010). Selain itu, penanda estimasi yang diidentifikasi dengan loyalitas konsumen, khususnya Item Quality, Value, Administration Quality, Straightforwardness, dan Passionate Elements, Irawan (2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik digunakan untuk menguji teori penelitian dengan memanfaatkan Berbagai Analisis Regresi Linier berganda dengan memenuhi kondisi yang harus dipenuhi bersama-sama agar model menjadi substansial. Uji Asumsi Klasik menggabungkan uji multilinier, uji reliabilitas dan uji normalitas.

Metode logika yang akan digunakan dalam pengujian ini adalah Regresi Linier Berganda dengan menggunakan sebuah aplikasi bernama program SPSS. Berikutnya adalah efek samping dari pemeriksaan untuk model dalam penyelidikan ini.

Tabel 1
Hasil Uji Koefisien Regresi Linier Berganda

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	3,339	1,118			
Kualitas Pelayanan	0,91	0,016	0,613	5,665	0,000
Harga	0,269	0,12	0,243	2,225	0,028

Sumber : Hasil penelitian diolah dengan SPSS

Hasil Uji Koefisien Regresi Linier Berganda menurut tabel diatas, dapat diperoleh persamaan dari analisis regresi linier berganda seperti dibawah ini:

$$\text{Kepuasan Pelanggan (Y)} = 3.339 + 0.091 (X1) + 0.269 (X2) + e$$

Dari konsekuensi kondisi di atas, terdapat nilai model eksplorasi yang mantap, khususnya variabel kepuasan pelanggan (Y) senilai 3,339. Jika variabel nilai kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) bernilai 0 (nol). Koefisien model variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,91 yang berarti dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y). Sehingga juga dapat membangun kepuasan konsumen. Juga nilai koefisien variabel biaya (X2) sebesar 0,269 yang menunjukkan bahwa dapat terjadi perubahan atau perluasan kepuasan pelanggan.

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikatnya (dependen).

Tabel 2
Koefisien Determinasi

R	R Square	Ajusted R Square	Std. Error of the Estimate
,830	,675	,665	1,50567

Sumber: Hasil penelitian diolah dengan SPSS

Dari efek samping tabel 2 cenderung terlihat bahwa R square adalah 0,675. Yang menunjukkan bahwa model variabel terikat dapat diperjelas dengan faktor bebas sebesar 67,5%. Dengan angka sebesar 67,5%, sangat beralasan bahwa faktor kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan variabel tingkat harga, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh unsur-unsur yang berbeda di luar model eksplorasi sebesar 32,5%.

Hal ini sangat baik dapat dilihat dari hasil pengujian dari tabel 1 bahwa kualitas pelayanan menunjukkan angka positif dimana t hitung adalah 5,665 dengan nilai Sig. 0,000. Nilainya lebih sederhana dari 0,05 yang berarti bahwa H_0 diakui. Ini menyiratkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak yang solid dan kritis terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan harga menunjukkan angka positif dimana t hitung sebesar 2,244 dengan nilai Sig. 0,028. Nilai ini lebih sederhana dari 0,05, yang berarti H_0 diakui. Hal ini menunjukkan bahwa harga juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen. Yang bertujuan untuk mengetahui apakah layak atau tidak.

Tabel 3
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	359,455	3	179,234	79,090	0,000
Residual	185,530	79	2,286		
Total	544,985	82			

Sumber : Hasil penelitian diolah dengan SPSS

Hasil estimasi dari tabel 3, didapatkan nilai F yang ditentukan sebesar 79.090 dengan Sig. 0,000. Nilai Sig < 0,05 menyiratkan bahwa pada saat yang sama atau bersamaan variabel kualitas pelayanan dan variabel harga sangat mempengaruhi derajat kepuasan pelanggan. sehingga dapat dikatakan bahwa model variabel regresi dalam pemeriksaan ini dianggap dapat dicapai.

Konsekuensi dari informasi uji parsial dan uji simultan di atas, dapat dijelaskan dengan sangat baik bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga memiliki dampak positif dan solid terhadap kepuasan. Hal ini juga terlihat dari hasil dari berbagai uji analisis regresi linier berganda, yang menunjukkan bahwa ada dampak yang besar. Selain itu, pernyataan ini juga didukung oleh pakar masa lalu, khususnya Abdul Ghofur (2019) bahwa kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi mencapai 67,5%, menunjukkan bahwa setiap faktor, khususnya kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sedangkan nilai sisa dari kepuasan pelanggan 32,5% dipengaruhi oleh elemen yang berbeda yang tidak diklarifikasi dalam penyelidikan ini.

Dengan adanya hasil dari semua uji maka penelitian ini dapat dibuktikan dengan adanya pengaruh yang cukup signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Counter Farah Cell. Penelitian ini juga dapat mengevaluasi setiap perusahaan agar dapat memprioritaskan kepuasan pelanggan. Maka dari itu kualitas pelayanan harus ditingkatkan, terutama pada daya tanggap. Karyawan yang mempunyai daya tanggap yang cepat, merespon dengan baik setiap permintaan pelanggan akan menjadi nilai lebih dalam kepuasan pelanggan. Tidak hanya itu kepuasan pelanggan juga tergantung oleh tempat perusahaan. Tempat yang bersih, rapi, dan menyediakan fasilitas yang sepadan membuat pelanggan merasa nyaman selama bertransaksi.

SIMPULAN DAN SARAN

Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan konter Farah Cell. Maka dapat dikatakan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas Pelayanan.

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Counter Farah Cell. Maka dapat dikatakan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga.

DAFTAR PUSTAKA

- Andis, A., Risal, M., & Usman, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Pada Toko Centro Palopo. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 5(1), 25-31. <http://dx.doi.org/10.35906/jm001.v5i1.345>
- Anugrah, M., & Haryati, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Di Counter Zonafone Padang. *Matua Jurnal*, 2(1), 125-138. Diambil dari <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/36>
- Hastary, D. S., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi Pada Loyalitas Pelanggan Handphone Xiaomi Yang Dimediasi Variabel Kepuasan (Studi Kasus pada Pelanggan Counter XIAOMI Garage Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(13). Diambil dari <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/download/4283/3816>
- Heriyanto, D., & Nurtjahjani, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Toko Cap Jempol Ponsel Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1), 316-321. Diambil dari <http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/97/pdf>
- Listyawati, I. H. (2018). Pengaruh kepuasan pelanggan, citra merek, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada handphone Xiaomi di Yogyakarta. *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi*, 9(1), 37-45. <https://doi.org/10.18196/bti.91098>

- Ramadani, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Handphone. *iqtishadEQUITY*, 1(2), 36-46. Diambil dari <https://e-journal.umaha.ac.id/index.php/iqtisad/article/viewFile/540/427>
- Ramadhaniah, Z., Muiszudin, M., & Sumiyati, S. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Service Handphone Dan Smartphone Pada Toko Ks Ponsel Sukadana. *Jurnal Produktivitas: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak*, 4(2). <http://dx.doi.org/10.29406/jpr.v4i2.834>
- Surbendi, S., & Komara, A. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bintang Ponsel Pekanbaru. *Kurs : Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 4(1), 30-44. Retrieved from <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/article/view/452>
- Triwahyuni, N. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian HP OPPO pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri. *Jurnal. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Nusantara PGRI Kediri*. Diambil dari http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2017/12.1.02.02.0084.pdf
- Yulianto, I., Yulianeu, Y., Purwana, E. G., & Syaifuddin, T. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Counter Handphone Di Shiba Communication). *Journal of Management*, 3(3), 1-10. Diambil dari <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/viewFile/645/626>