

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi kasus pada CV. Fastprint Indonesia, JL. Manyar Kertoarjo VII no. 36
Surabaya)**

**Iffatin Mubasyiroh
Ute Ch Nasution
Agung Pujianto**

**Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**

ABSTRACT

This study entitled "Analysis of influence of service quality, price, and promotion to customer satisfaction (case study at CV. Fastprint Indonesia, Jl. Manyar kertoarjo VII no 36 Surabaya)" this research aims to influence the influence of service quality, price and promotion satisfaction and to know the dominant influence among service quality, price and promotion in CV. Fastprint Indonesia in January 2018.

Collecting data using questionnaires with sampling technique non probability sampling is incidental sampling that the number of respondents 100 people. The method of data analysis is multiple linear regression analysis which is processed with the help of IBM SPSS 22 application. Variables used are service quality, price and promotion as independent variable and customer satisfaction as dependent variable.

The results of research indicate that the influence of customer satisfaction on service quality, price and promotion that simultaneously effect. This can be shown with the value of $F = 55,615$, sig 0,000 and R^2 value of 0,623 which means 62,3% customer satisfaction is explained by the service quality, price and promotion while 37,7% is explained by other variables not examined in this study.

Keywords : service quality, price, promotion, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dari waktu ke waktu berkembang semakin pesat sehingga berpengaruh positif pada manusia, Teknologi informasi seakan telah menjadi kebutuhan sehari-hari didalam diri setiap manusia di era ini, teknologi informasi yang telah menglobal mampu mencakupi segala aspek yang ada dalam kehidupan termasuk dibidang ekonomi, politik, kebudayaan, seni dan bahkan di dunia pendidikan. Disadari atau tidak teknologi informasi dalam bidang komputer maupun peralatan yang mendukung keberadaannya sangat bermanfaat bagi

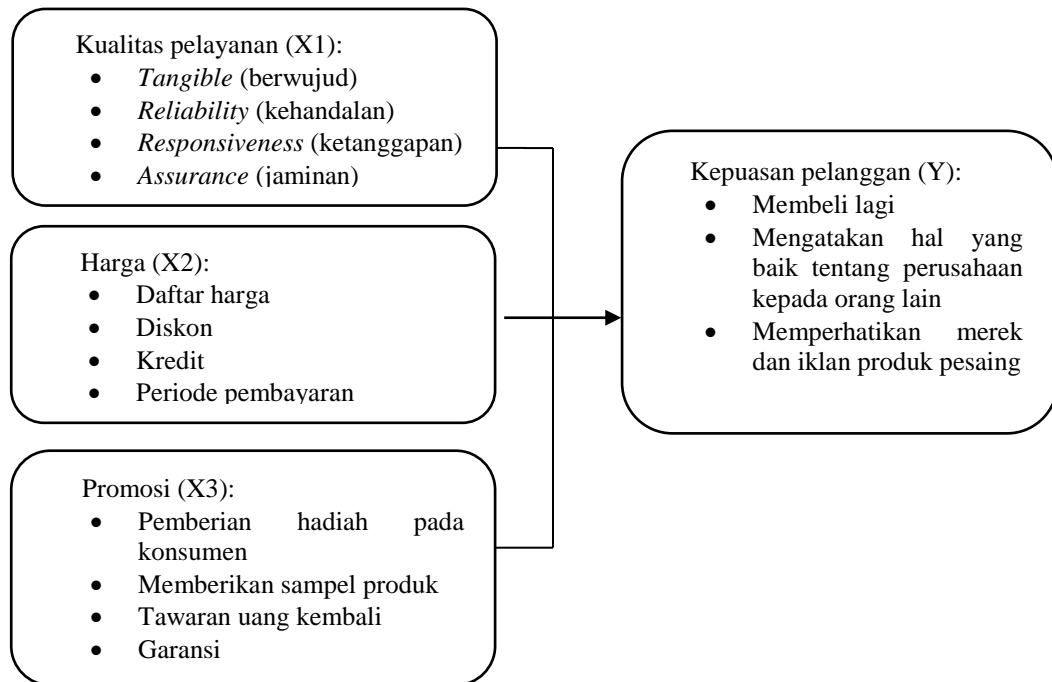
pengguna. Perangkat pendukung komputer sangat banyak salah satunya yaitu printer.

Dalam hal kualitas banyak dari pelanggan lebih memilih kualitas yang terbaik meskipun dengan harga yang tinggi karena beberapa pelanggan juga memikirkan lebih baik berkualitas dan bertahan lama dibanding harga murah kualitas yang tidak begitu baik dan mudah rusak. Produk yang ditawarkanpun juga berbeda-beda karena melihat para pelanggan kebutuhannya juga berbeda-beda perusahaan satu dengan perusahaan yang lainnya pun menawarkan dengan cara mereka sendiri-sendiri, adapun perusahaan yang hanya menawarkan produk printer dan sparepartnya saja, ada juga perusahaan yang menawarkan berbagai produk dan jasanya seperti kebutuhan yang dibutuhkan saat memakai printer yaitu tinta, tabung, kertas photo, dan sebagainya, produk printer lainnya yaitu menjual jenis berbagai mesin percetakan misalkan mesin press mug, mesin DTG, mesin stempel flash import dan lainnya adapun jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut bervariasi semisal service printer, jasa membuat stempel, jasa cara perawatan printer dan masih banyak lagi.

Apabila konsumen merasa puas, maka tidak menutup kemungkinan juga jika pelanggan akan kembali dan bahkan akan menjadi pelanggan setia pada perusahaan ini. Pelanggan yang merasa puas akan memberikan referensi yang baik terhadap konsumen lain. Dan sebaliknya jika pelanggan tidak puas pelanggan tersebut akan memberi referensi yang jelek terhadap perusahaan tersebut. Sehingga pelanggan tersebut akan mencari informasi terhadap perusahaan yang lebih baik dari pada perusahaan sebelumnya, kemudian pelanggan tersebut akan membeli atau datang pada perusahaan yang baik dan meninggalkan perusahaan yang lama. Mungkin juga pelanggan yang kecewa tadi tidak dapat merekomendasikan produk dan jasa yang tidak mampu untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasannya kepada orang-orang disekitar.

Berdasarkan ulasan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Cv. Fastprint Indonesia, Jl. Manyar Kertoarjo Vii No 36 Surabaya)”

KERANGKA DASAR PEMIKIRAN



HIPOTESIS

Hipotesis penelitian yaitu:

- H1 : Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- H2 : Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- H3 : Promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- H4 : Kualitas layanan, Harga dan Promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- H5 : Harga berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan

METODE PENELITIAN

Rancangan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Yang dimaksud dengan metode kuantitatif adalah pendekatan ilmiah yang memandang suatu realitas itu dapat diklasifikasikan, konkret, teramati dan terukur hubungan variabelnya bersifat sebab akibat dimana data penelitiannya berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik.

POPULASI DAN SAMPEL

a. Populasi

Populasi disini yaitu dengan menggabungkan elemen dari seluruh elemen yang membentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta. Sehingga populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah membeli di CV. fastprint.

b. Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling *Nonprobability Sampling* yaitu *Sampling Insidental* dimana penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Untuk menentukan sampel ini dapat menggunakan rumus slovin minimal (n) jika diketahui populasi (N) pada tariff signifikan (α) adalah:

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

Dimana:

n = jumlah sampel

N = ukuran populasi

e = *standart error*

Dengan menggunakan rumus diatas, didapatkan hasil sebagai berikut :

$$n = \frac{128}{1 + (128)(0.05)^2}$$
$$n = 97$$

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah responden yang didapat pada penelitian ini adalah 97 responden yang pernah membeli pada perusahaan CV. Fastprint Indonesia.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data ini menggunakan dengan cara interview dan kuesioner :

a. Interview (wawancara)

Wawancara dilakukan pada karyawan CV. Fastprint Indonesia untuk mengetahui masalah yang terjadi pada perusahaan tersebut sehingga peneliti dapat mempermudah melakukan penelitian.

b. Kuesioner

Kuesioner dilakukan pada konsumen yang membeli di CV. Fastprint Indonesia, agar peneliti tahu pasti hasil variabel yang diukur dan peneliti dapat melihat apa yang diharapkan pelanggan pada perusahaan tersebut.

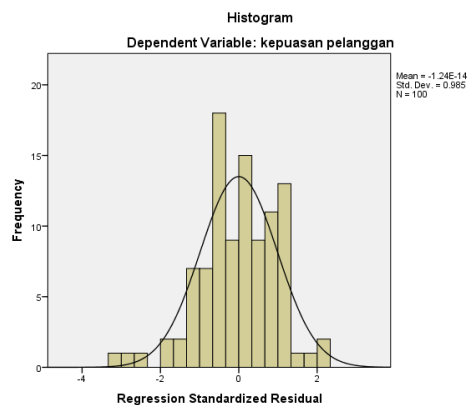
ANALISA DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

1 Uji Normalitas

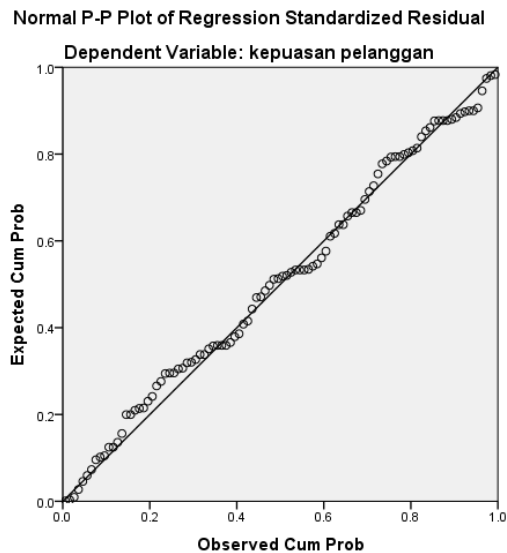
Uji yang bertujuan untuk menilai data pada sebuah variabel, apakah data tersebut normal atau tidak. Pengujian sendiri dilakukan dengan menggunakan gambar histogram dan normal P-Plot.

Gambar uji normalitas model histogram



Sumber : output SPSS penulis 2018

Gambar Uji normalitas data



Sumber : output SPSS penulis 2018

Dari gambar tersebut menunjukkan bahwa grafik histogram memberikan pola yang melenceng kekanan dan berarti data tersebut normal. Selanjutnya pada gambar P-Plot terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonal sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi ini memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolonieritas

Tabel Hasil uji multikolonieritas

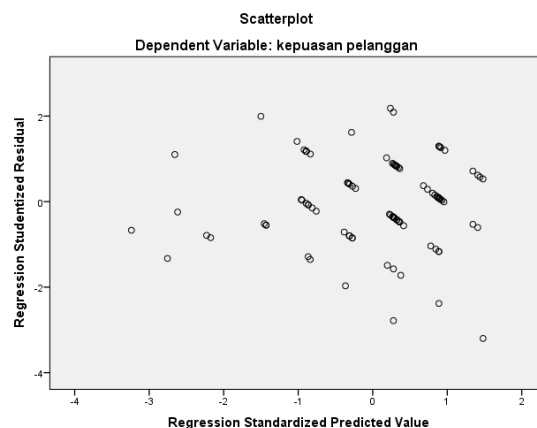
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
kualitas pelayanan	.275	3.633
Harga	.747	1.339
Promosi	.255	3.923

Sumber : output SPSS

Nilai tolerance variabel kualitas pelayanan (X1) 0,275, harga (X2) 0,747 dan promosi (X3) 0.255 yang lebih besar dari 0,10. Dan dari data tersebut nilai VIF lebih kecil dari pada nilai 10,00 sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi Multikolonieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Gambar Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : output SPSS penulis 2018

Berdasarkan gambar diatas, terlihat titik-titik menyebar meskipun ada beberapa titik-titik yang berkumpul tetapi tidak membentuk pola yang jelas, sehingga dapat disimpulkan bahwa terjadi masalah hetetoskedastisitas

Analisis Regresi Linier

Penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda agar membuktikan hipotesis penelitian. Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS sebagai berikut :

Tabel hasil analisis regresi linier berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.619	.337		1.836	.069
	kualitas pelayanan	1.676	.130	1.514	12.877	.000
	Harga	.039	.057	.049	.682	.497
	Promosi	-.867	.080	-1.319	-10.798	.000

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber : output SPSS penulis 2018

$$Y = 0.619 + 1.676 X_1 + 0.039 X_2 - 0.867 X_3 + e$$

- a. Konstanta (a) sebesar 0,619 artinya kualitas pelayanan (X₁), harga (X₂) dan promosi (X₃) nilainya adalah 0, maka berdasarkan tabel diatas dikatakan bahwa konstanta sebesar 0,619 dijelaskan bahwa jika karyawan dalam melayani pelanggan, harga produk yang murah dengan iklan bervariasi yang dilakukan oleh CV. Fastprint disertai dengan kualitas pelayanan, harga dan promosi yang mendukung, maka tingkat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan akan meningkat 0,619. Pada hal ini menunjukkan bahwa CV. Fastprint harus mempertahankan kualitas pelayanan, dan promosi agar dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- b. Koefisien variabel kualitas pelayanan (X₁) sebesar 1,676 artinya jika independen lain nilainya tetap dan kualitas pelayanan (X₁) mengalami kenaikan satu tingkat maka kepuasan pelanggan (Y) akan naik sebesar (1,676) dan bernilai positif.
- c. Koefisien variabel harga (X₂) sebesar 0,039 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan harga mengalami kenaikan satu tingkat, maka kepuasan pelanggan (Y) akan naik senilai 0,039. Koefisien bernilai positif terhadap kepuasan pelanggan karena pada CV. Fastprint terdapat produk yang lengkap contohnya seperti ada berbagai printer dan alat percetakan seperti printer langsung bermodif, Mesin stempel, mesin segel tutup botol ada juga segel hologram dan stiker garansi. Koefisiensi regresi variabel promosi (X₃) sebesar (-0,867) artinya jika independen lain nilainya tetap dan promosi mengalami kenaikan satu tingkat maka kepuasan pelanggan (Y) akan naik senilai (-0,039) koefisien bernilai positif terhadap kepuasan pelanggan (Y).
- d. Koefisiensi variabel promosi (X₃) sebesar (-0,867) artinya jika independen lain nilainya tetap dan promosi mengalami kenaikan satu tingkat maka kepuasan pelanggan (Y) akan naik senilai (-0,039) koefisien bernilai positif terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Uji Korelasi (r)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797 ^a	.635	.623	.27538

a. Predictors: (Constant), promosi, harga, kualitas pelayanan

Sumber : output SPSS yang diolah penulis 2018

Dari table kolerasi terlihat adanya kolerasi yang kuat antar variabel independen (kualitas pelayanan, harga, promosi) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) terbukti dengan interval koefisien sebesar 0,797. Hal ini menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan promosi harus dipertahankan oleh CV. Fastprint agar pelanggan tetap setia membeli pada produk-produk yang ada pada CV. Fastprint karena dilihat dari orang yang membeli kebanyakan orang yang memiliki status pegawai swasta disini dapat dijadikan peluang untuk semakin berkembang lagi dan dikenal oleh semua konsumen.

Uji Determinasi (R²)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa variabel independen (kualitas pelayanan, harga, promosi) dalam adjusted R square sebesar (0.623) 62,3% yang berpengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Sedangkan sisanya 37,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Uji Hipotesis

Tabel Hasil uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.653	3	4.218	55.615	.000 ^b
	Residual	7.280	96	.076		
	Total	19.933	99			

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), promosi, harga, kualitas pelayanan

Sumber : output SPSS penulis 2018

Hasil pengujian diperoleh Fhitung > Ftabel yaitu sebesar 2,69 sedangkan Fhitung sebesar 55,615 dengan signifikan <0,05 yaitu 0,000. Demikian diperoleh bahwa Ho menyatakan DITOLAK dan Ha yang menyatakan Adanya pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi di CV. Fastprint DITERIMA.

Uji t

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, hasil analisis uji t dengan t tabel sebesar 1,984 adalah sebagai berikut:

1. Nilai thitung > nilai t tabel pada variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 12.877 dengan tingkat signifikan 0,000 artinya bahwa variabel kualitas

pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang membeli di CV. Fastprint dan signifikan.

2. Nilai t hitung > nilai t tabel pada variabel harga (X2) sebesar 0,682 dengan tingkat signifikan 0,497 artinya bahwa variabel harga tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Fastprint.
3. Nilai t hitung > t tabel pada variabel promosi (X3) sebesar (-10,798) dengan tingkat signifikan 0,000 artinya bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari kesimpulan diatas ada beberapa uji yang telah dilakukan H_0 yang menyatakan variabel harga tidak mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pelanggan DITERIMA, dan H_a yang menyatakan variabel harga mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pelanggan DITOLAK. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebesar 0,682 dimana menjelaskan bahwa harga pada CV. Fastprint yang mempunyai harga murah, daftar harga yang lengkap, diskon, pembayaran secara kredit tidak cukup mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Sedangkan variabel yang berpengaruh secara dominan terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel kualitas pelayanan yang mempunyai nilai t hitung > nilai t tabel sebesar 12,877 dengan tingkat signifikan 0,000 dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada CV. Fastprint Indonesia.

PEMBAHASAN

1. Variabel yang paling dominan adalah variabel independen (kualitas pelayanan) dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar 12,877 dengan tingkat signifikan 0,000 dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan yang mempunyai indikator *Tangible* (berwujud), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan) ternyata sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan sehingga variabel kualitas pelayanan sangat mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan.
2. Pengaruh independen (harga) terhadap kepuasan pelanggan tidak berpengaruh positif. Bisa disimpulkan bahwa produk-produk yang dimiliki oleh CV. Fastprint mempunyai banyak pesaing sehingga persaingan perusahaan percetakan sangat ketat.
3. Hasil pengujian dari analisis Uji F dan Uji t, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi dalam sebuah usaha sangatlah penting sehingga pelanggan mempertimbangkan hal itu.

KESIMPULAN

Penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Fastprint Indonesia

2. Variabel harga (X2) menunjukkan tidak berpengaruh dan mempunyai kolerasi lebih kecil terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Fastprint Indonesia
3. Variabel promosi (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Fastprint Indonesia
4. Variabel kualitas pelayanan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Fastprint Indonesia.
5. Pengaruh dominan paling besar terjadi pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Fastprint Indonesia

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS21*. Edisi 7. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Iskandar. 2008. *Metodologi penelitian pendidikan sosial (kuantitatif dan kualitatif)*. Jakarta: Gaung persada group