

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA PRODUK, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKO DANY BOJONEGORO**

JURNAL



Oleh :

Nama : Dany Hasanain Yahya

Nomor Mahasiswa : 14311082

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

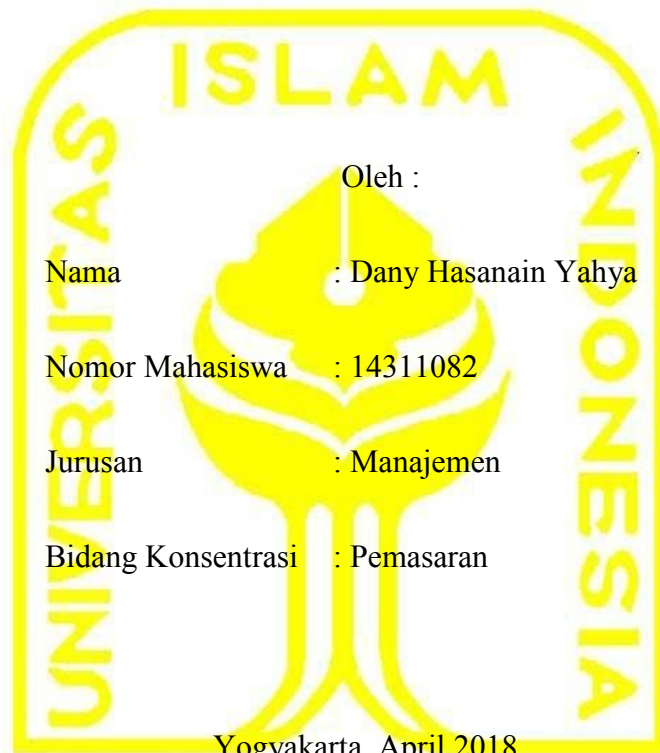
FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2018

HALAMAN PENGESAHAN JURNAL

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA PRODUK, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKO DANY BOJONEGORO**



Oleh :

Nama : Dany Hasanain Yahya

Nomor Mahasiswa : 14311082

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, April 2018

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing

Sri Hardjanti, Dra., MM

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKO DANY BOJONEGORO

Oleh: Dany Hasanain Yahya, Sri Hardjanti

danyhnain@gmail.com

Universitas Islam Indonesia,

Abstrak

Penelitian bertujuan untuk (1) mengetahui tingkat kepuasan yang diterima konsumen dari penerapan pelayanan, harga, dan kualitas produk yang dilakukan Toko Dany, (2) mengetahui variabel mana yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen Toko Dany. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah : kepuasan konsumen (Y). Variabel independen dalam penelitian ini adalah : Kualitas pelayanan (X1), Harga produk (X2), Kualitas produk (X3). Teknik pengumpulan data yaitu dengan kuesioner dan observasi. 1. Berdasarkan analisis diskriptif dapat diketahui memberikan penilaian baik hal tersebut disesuaikan interval yang ada dimana kualitas pelayanan yaitu dengan skor rata-rata sebesar 3,81 (baik), harga yaitu dengan skor rata-rata 3,84 (baik), dan kualitas produk yaitu dengan skor rata-rata sebesar 3,79 (baik). Serta penilaian responden pada variabel kepuasan konsumen dengan skor rata-rata sebesar 3,90 (baik). Hasil analisis regresi berganda dapat kita simpulkan bahwa kualitas pelayanan (X1) dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,007, harga (X2) dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,034, dan kualitas produk (X3) dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,250. Hasil uji korelasi berganda (R) dapat diketahui bahwa setiap terjadi kenaikan pada variabel kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk maka akan meningkatkan kepuasan konsumen secara rata-rata sebesar 74,7%. Dan dari hasil uji koefisien determinasi berganda (R^2) variabel kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk secara Bersama mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 55,8% sedangkan sisanya sebesar 54,2% dipengaruhi variabel lain dapat berupa citra merek, lingkungan, dan iklan. Dari hasil uji koefisien parsial (r) dimana variabel kualitas produk memiliki pengaruh paling dominan sebesar 0,745 dan hasil uji koefisien determinasi parsial (r^2) juga menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai nilai terbesar yaitu sebesar 0,555 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: *quality service, price products, quality products, and customer satisfaction*

Abstract

The research aims to (1) to know the level of satisfaction received by consumers from the application of service, price, and product quality by Dany Store, (2) to know which variable is the most dominant influence to the Dany Store customer's satisfaction. In this study the dependent variable is: consumer satisfaction (Y). The independent variables in this research are:

Quality of service (X1), product price (X2), Product quality (X3). Data collection technique is by questionnaire and observation. Based on descriptive analysis can be known to give good appraisal it is adjusted interval which there is service quality that is with average score 3,81 (good), price that is with average score 3,84 (good), and product quality with an average score of 3.79 (good). The assessment of respondents on customer satisfaction variables with an average score of 3.90 (good). The results of multiple regression analysis can be concluded that the quality of service (X1) can affect customer satisfaction with regression coefficient of 0.007, price (X2) can affect customer satisfaction with regression coefficient of 0.034, and product quality (X3) can affect customer satisfaction with regression coefficient of 0.250. The results of multiple correlation test (R) can be seen that any increase in the variable quality of service, price, and product quality will increase consumer satisfaction on average by 74.7%. And from the results of multiple determination coefficient test (R^2) variables quality service, price, and quality of products together affect consumer satisfaction of 55.8% while the remaining 54.2% influenced by other variables can be brand image, environment, and advertisement. From result of partial coefficient test (r) where product quality variable have the most dominant influence equal to 0,745 and result of partial determination coefficient test (r^2) also show that variable of product quality have biggest value that is equal to 0,555 so it can be concluded that variable of product quality have influence the most dominant of consumer satisfaction.

Keywords: *kualitas pelayanan, harga produk, kualitas produk, dan kepuasan konsumen*

PENDAHULUAN

Pakaian merupakan kebutuhan primer bagi manusia, karena digunakan dalam setiap aktivitas yang dilakukan. Dalam sebuah pembuatan pakaian tentunya seorang penjahit atau desainer akan menentukan berbagai bahan dasar yang digunakan dalam menghasilkan pakaian sesuai permintaan konsumen. Untuk memudahkan para penjahit atau desainer dalam menemukan bahan baku tentunya memunculkan adanya toko konveksi. Toko konveksi hadir bertujuan memberikan kemudahan dalam menentukan bahan dan kualitas yang disesuaikan jenis pakaian yang diinginkan konsumen. Tentunya para penjahit membutuhkan pelayanan yang baik dan jelas untuk memahami kualitas dan harga dari bahan dasar pakainya.

Pelaku bisnis yang bergerak dalam penjualan sebuah produk diharapkan dapat memberikan pelayanan yang baik untuk konsumennya, layanan dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian produk yang ditawarkan selain itu dapat menjadi daya tarik konsumen untuk dapat melakukan pembelian produk secara berulang-ulang. Adanya berbagai macam produk tersebut tentunya konsumen perlu pengetahuan yang baik untuk dapat mengetahui kualitas, harga, dan fungsi dari produk yang disesuaikan pakaian yang akan dihasilkan.

Menurut (Lupiyoadi dan Hamdani, 2009:25) menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen, yaitu 1)

Kualitas produk, Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas, 2) Kualitas pelayanan, Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapat pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. 3) Harga, Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi untuk menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.

Menurut (Zeithaml, 1998) Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh Pelayanan dan secara spesifik dapat memperlihatkan kebutuhan dan keinginan konsumen. Berdasarkan uraian di atas, dapat dirumuskan masalah: 1) Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Toko Dany, 2) Variabel mana yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen Toko Dany.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, memunculkan beberapa rumusan masalah yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen toko dany diantaranya :

1. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen toko Dany?
2. Variabel mana yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen toko Dany?

Batasan Masalah Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, memunculkan beberapa batasan masalah diantaranya adalah :

1. Penelitian dilakukan di toko Dany Bojonegoro.
2. Responden yang diambil oleh peneliti adalah masyarakat yang melakukan pembelian di toko Dany.
3. Penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk untuk mengetahui tingkat kepuasan yang diterima konsumen ketika melakukan pembelian di toko Dany.

Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang ada, terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti diantaranya :

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan yang diterima konsumen dari penerapan pelayanan, harga, dan kualitas produk yang dilakukan toko Dany
2. Untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen toko Dany

Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan peneliti mengharapkan munculnya beberapa manfaat yang dapat diterima oleh toko dany dan konsumennya diantaranya :

1. Diharapkan dari penelitian ini memberikan pengetahuan pada toko dany tentang tingkat kepuasan konsumennya, hal tersebut untuk membantu pemilik toko dalam meningkatkan strategi yang tepat dalam segi pelayanan, harga, dan kualitas produk yang dimiliki. Sehingga membantu dapat membantu memperkuat daya saing dan mengembangkan bisnis toko Dany.
2. Dari penelitian ini diharapkan penulis mampu memahami variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga dapat digunakan sebagai pembelajaran yang nantinya dapat digunakan dalam menentukan strategi bisnis yang ingin dibangun.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Kepuasan konsumen merupakan hal yang penting harus diperhatikan oleh perusahaan karena dapat mempengaruhi tingkat pendapatan dan permintaan akan produk perusahaan, kepuasan sendiri dapat muncul dari segi kualitas produk yang baik, harga yang murah sesuai ekonomi konsumen, dan mampu memberikan pelayanan yang baik dari segi informasi dan penjelasan tentang produk kepada para konsumen. Menurut (Kotler dan Keller, 2009:138) bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang di pikirkan terhadap kinerja atau hasil yang di harapkan.

HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KUALITAS KONSUMEN

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai penilaian pelanggan terhadap keunggulan suatu produk atau layanan yang diberikan perusahaan (Zeithaml, 1998). Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan persepsi pelanggan. Semakin baik pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Sebaliknya ketika pelayanan yang diberikan dinilai kurang baik dan memuaskan dapat menurunkan kepuasan konsumen. Apabila pelayanan yang diterima konsumen sesuai bahkan melebihi harapan pelanggan, m

HUBUNGAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

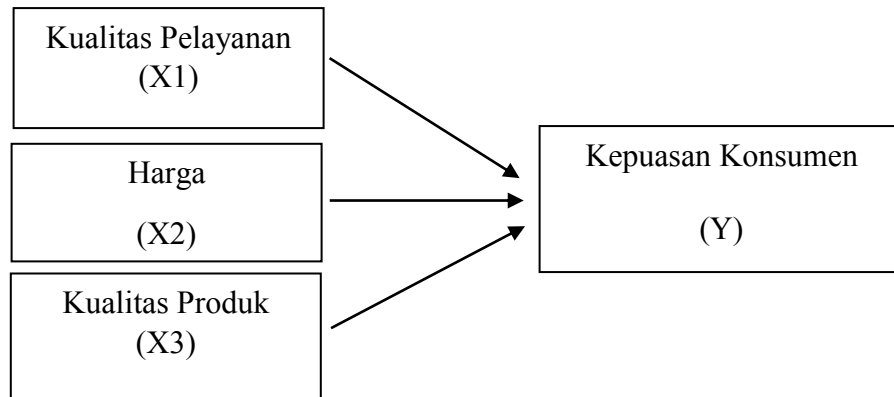
Harga adalah jumlah uang yang harus dapat dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. Jika harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan manfaat yang terdapat pada sebuah produk maka hal tersebut dapat menurunkan tingkat kepuasan konsumen, dan sebaliknya jika harga yang ditetapkan dapat sesuai dengan manfaat yang diterima oleh konsumen maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Dapat disimpulkan . Apabila nilai yang dirasakan oleh konsumen semakin tinggi, maka akan memunculkan kepuasan konsumen yang maksimal (Tjiptono, 1999).

HUBUNGAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk (Kotler dan Armstrong, 2004). Kualitas produk memiliki hubungan yang sangat

erat dengan kepuasan konsumen karena kualitas produk dapat dinilai dari kemampuan produk dalam menciptakan kepuasan konsumen. Semakin tinggi tingkat kualitas produk dalam memuaskan konsumen, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Kotler dan Amstrong, 2008).

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



- **H1 : Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan toko dany**
- **H2 : Variabel harga produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan toko dany**
- **H3 : Variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan toko dany**

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di toko dany yang berada di Jl. Gajah Mada No.41, Bojonegoro, Jawa Timur. Subyek dari penelitian ini adalah kepuasan yang diterima oleh konsumen ketika melakukan pembelian di toko Dany.

Penentuan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen dari toko dany, Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia, jenis kelamin, dan pendidikan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik probability sampling dengan random sampling. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen (Sugiono,2013:120). Jumlah sampel yang diteliti sendiri berjumlah 96 responden hal tersebut didapatkan dari hasil penggunaan rumus yang digunakan untuk menghitung kuota sampel adalah menurut Rao Purba dalam (Widiyanto,2008) :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2} = 96,04$$

Metode Analisis :

- **Analisis Deskriptif**

Analisis Deskriptif memberikan sebuah gambaran atau deskripsi tentang suatu data yang dilihat melalui nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum (Ghozali,2011).

- **Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi antar skor tiap butir pertanyaan dengan total skor setiap variabel. Suatu kuisisioner dikatakan valid apabila r hitung dan r tabel bernilai positif (Ghozali,2011:52).

- **Uji Reliabilitas**

Untuk mengukur reliabilitas instrumen dalam penelitian ini digunakan rumus: formulasi koefisien alpha Cronbach (Ghozali,2011). Dengan dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika koefisien alpha Cronbach positif 0,60 maka faktor tersebut reliabel.
- Jika koefisien alpha Cronbach negatif $\leq 0,60$ maka faktor tersebut tidak reliabel.

- **Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan beretujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen ketika melakukan pembelian di toko Dany. Variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan (Ghozali,2005:82)

- **Korelasi Berganda (R)**

Analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara seluruh variabel X terhadap variabel Y secara bersamaan.

- **Koefisien Determinasi Berganda (R^2)**

Uji analisis ini adalah uji koefisien untuk mengetahui besarnya pengaruh semua variabel (X) secara serempak terhadap variabel dependen (Y). Dengan penggunaan SPSS R^2 merupakan angka yang menunjukkan proporsi variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen, atau dapat dikatan R^2 merupakan seluruh variabel yang berpengaruh terhadap variabel dependen, beberapa persen dipengaruhi oleh variabel independen sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

- **Korelasi Parsial (r)**

Analisis korelasi parsial digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan dua variabel atau lebih secara parsial, yaitu antara variabel independen dan variabel dependen. Adapun korelasi yang dapat digunakan dalam analisis ini korelasi Person

product Moment, teknik korelasi ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel atau lebih adalah sama.

- **Korelasi Determinasi Parsial (r^2)**

Uji korelasi determinasi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini merupakan nilai yang menyatakan besar pengaruh secara parsial atau pervariabel, yaitu seberapa besar (%) variabel dependen (Y) dipengaruhi oleh variabel independen (X) masing-masing pada setiap variabel.

- **Uji F**

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi dari pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama(simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali,2005:84).

HASIL PENELITIAN

Analisis Deskriptif Responden

Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki – laki	34	35,4%
2.	Perempuan	62	64,6 %
Total		96	100%

Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase
1.	15 – 20	1	1,0%
2.	21 – 30	28	29,2%
3.	31 – 40	45	46,9%
4.	> 40 Tahun	22	22,9%
Total		96	100%

Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1.	SD	6	6,3%
2.	SMP	34	35,4%
3.	SMA	38	39,6%
4.	D3	1	1,0%
5.	S1	15	15,6%
6.	S2 / S3	2	2,1%
Total		96	100%

Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	Pelajar/Mahasiswa	8	8,3%
2.	Swasta	13	13,5%
3.	PNS	6	6,3%
4.	Wiraswasta	45	46,9%
5.	Ibu Rumah Tangga	21	21,9%
6.	Lain-lain	3	3,1%
Total		96	100%

Pendapatan Perbulan

No	Pendapatan Perbulan	Jumlah	Persentase
1.	< Rp. 3.000.000	54	55,2%
2.	Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000	33	34,4%
3.	> Rp. 5.000.000	10	10,4%
Total		96	100%

Sumber Informasi

No	Sumber Informasi	Jumlah	Persentase
1.	Keluarga	34	35,4%
2.	Teman	62	64,6%
3.	Media Sosial	0	0%
Total		96	100%

Frekuensi Pembelian

No	Frekuensi Pembelian	Jumlah	Persentase
1.	1 – 2 Kali	21	21,9%
2.	3 – 4 Kali	38	39,6%
3.	Lebih Dari 5 Kali	37	38,5%
Total		96	100%

Tujuan Pembelian

No	Tujuan Pembelian	Jumlah	Persentase
1.	Digunakan sendiri	83	86,5%
2.	Dijual kembali	13	13,5%
Total		96	100%

Analisis Deskriptif (rata-rata) pada Variabel Penelitian

Dimensi Tangible

No.	Item Dimensi Tangible	Mean	Kategori
1.	Tempat parkir yang disediakan toko Dany luas	3,26	Cukup Setuju
2.	Karyawan toko Dany terlihat berpakaian rapi dan berseragam	3,61	Setuju
3.	Prasarana yang disediakan toko Dany telah memenuhi kebutuhan konsumen	3,71	Setuju
4.	Fasilitas yang ada pada toko Dany seperti kamar kecil, tempat tunggu telah nyaman dan bersih	3,60	Setuju
Rata-rata		3,55	Setuju

Dimensi Reliability

No.	Item Dimensi Reliability	Mean	Kategori
1.	Produk yang tersedia di toko Dany lengkap	3,85	Setuju
2.	Dalam melakukan pelayanan karyawan toko Dany melayani sesuai antrian	3,87	Setuju
3.	Konsumen mudah dalam memilih produk toko Dany	3,86	Setuju
4.	Toko Dany selalu buka tepat waktu	3,83	Setuju
Rata-rata		3,86	Setuju

Dimensi Responsiveness

No.	Item Dimensi Responsiveness	Mean	Kategori
1.	Informasi yang diberikan oleh karyawan toko Dany telah sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen	3,77	Setuju
2.	Karyawan toko Dany memberikan solusi telah sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen	3,72	Setuju
3.	Karyawan toko Dany merespon dengan cepat ketika terjadi keluhan pada produk	3,77	Setuju
Rata-rata		3,75	Setuju

Dimensi Assurance

No.	Item Dimensi Assurance	Mean	Kategori
1.	Karyawan toko Dany bersikap ramah dan sopan dalam melayani konsumen	4,12	Setuju
2.	Keamanan dalam toko Dany terjamin	4,09	Setuju
3.	Keamanan dalam melakukan transaksi di toko Dany terjamin	4,19	Sangat Setuju
4.	Konsumen merasa nyaman ketika	3,96	Setuju

	berbelanja di toko Dany		
Rata-rata		4,09	Setuju

Dimensi Emphaty

No.	Item Dimensi Emphaty	Mean	Kategori
1.	Karyawan toko Dany bersikap ramah dan sopan dalam melayani konsumen	4,12	Setuju
2.	Keamanan dalam toko Dany terjamin	4,09	Setuju
3.	Keamanan dalam melakukan transaksi di toko Dany terjamin	4,19	Sangat Setuju
4.	Konsumen merasa nyaman ketika berbelanja di toko Dany	3,96	Setuju
Rata-rata		4,09	Setuju

Deskriptif Variabel Harga

No.	Item Harga	Mean	Kategori
1.	Harga yang ditetapkan toko Dany sesuai dengan kualitas produk	4,00	Setuju
2.	Harga yang ditetapkan oleh toko Dany lebih murah dibandingkan dengan toko lain	3,78	Setuju
3.	Harga yang ditetapkan oleh toko Dany terjangkau oleh konsumen	3,75	Setuju
Rata-rata		3,84	Setuju

Dimensi Performance

No.	Item Dimensi Performance	Mean	Kategori
1.	Merk produk yang dijual oleh toko Dany dari perusahaan terkenal	3,71	Setuju
2.	Produk yang ditawarkan oleh toko Dany memiliki merk yang asli	4,02	Setuju
3.	Kemasan yang diberikan toko Dany menarik	3,53	Setuju
Rata-rata		3,75	Setuju

Dimensi Conformance

No.	Item Dimensi Conformance	Mean	Kategori
1.	Produk yang ditawarkan telah sesuai dengan kebutuhan konsumen toko Dany	3,78	Setuju
2.	Desain produk yang ditawarkan oleh toko Dany selalu baru	3,55	Setuju
Rata-rata		3,67	Setuju

Dimensi Durability

No.	Item Dimensi Durability	Mean	Kategori
1.	Kemasan yang diberikan oleh toko Dany bertahan lama	3,82	Setuju
2.	Kualitas yang baik pada setiap produk toko Dany	4,13	Setuju
Rata-rata		3,98	Setuju

Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen

No.	Item Kepuasan Konsumen	Mean	Kategori
1.	Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh toko Dany	4,16	Setuju
2.	Konsumen merasa puas dengan harga yang ditetapkan oleh toko Dany	3,54	Setuju
3.	Konsumen merasa puas dengan kualitas produk yang diperjualbelikan oleh toko Dany	3,95	Setuju
Rata-rata		3,88	Setuju

Uji Validitas

Hasil uji Validitas

Variabel	Indikator	r-hitung		r-tabel		keterangan
		N=30	N=96	N=30	N=96	
Tangible	KP1	0,696	0,742	0,361	0,202	Valid
	KP2	0,591	0,596	0,361	0,202	Valid
	KP3	0,537	0,577	0,361	0,202	Valid
	KP4	0,401	0,326	0,361	0,202	Valid
Reliability	KP5	0,837	0,717	0,361	0,202	Valid
	KP6	0,619	0,661	0,361	0,202	Valid
	KP7	0,718	0,706	0,361	0,202	Valid
	KP8	0,740	0,630	0,361	0,202	Valid
Responsiveness	KP9	0,676	0,642	0,361	0,202	Valid
	KP10	0,777	0,710	0,361	0,202	Valid
	KP11	0,690	0,693	0,361	0,202	Valid
Assurance	KP12	0,430	0,611	0,361	0,202	Valid
	KP13	0,617	0,580	0,361	0,202	Valid
	KP14	0,623	0,579	0,361	0,202	Valid
	KP15	0,541	0,614	0,361	0,202	Valid
Emphaty	KP16	0,758	0,613	0,361	0,202	Valid
	KP17	0,631	0,567	0,361	0,202	Valid
	KP18	0,874	0,798	0,361	0,202	Valid
Harga	H1	0,887	0,849	0,361	0,202	Valid

	H2	0,877	0,822	0,361	0,202	Valid
	H3	0,911	0,875	0,361	0,202	Valid
Performance	KPR1	0,760	0,772	0,361	0,202	Valid
	KPR2	0,846	0,780	0,361	0,202	Valid
	KPR3	0,726	0,696	0,361	0,202	Valid
Conformance	KPR4	0,829	0,714	0,361	0,202	Valid
	KPR5	0,774	0,656	0,361	0,202	Valid
Durability	KPR6	0,768	0,673	0,361	0,202	Valid
	KPR7	0,849	0,786	0,361	0,202	Valid
Kepuasan Konsumen	KPK1	0,757	0,793	0,361	0,202	Valid
	KPK2	0,741	0,764	0,361	0,202	Valid
	KPK3	0,818	0,859	0,361	0,202	Valid

Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha		Batas minimum	Keterangan
		N=30	N=96		
1.	Kualitas Pelayanan	0,923	0,912	0,6	Reliabel
2.	Harga	0,871	0,806	0,6	Reliabel
3.	Kualitas Produk	0,769	0,858	0,6	Reliabel
4.	Kepuasan Konsumen	0,902	0,850	0,6	Reliabel

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen ketika melakukan pembelian di toko dany.

Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Regrecion Coefficient	t hitung	Sig t	r	r^2	Keterangan
(Constant)	4.200					
Kualitas Pelayanan	0,007	0,310	0,757	0,628	0,394	Tidak Signifikasi
Harga	0,034	0,388	0,699	0,587	0,344	Tidak Signifikasi
Kualitas Produk	0,250	5,322	0,000	0,745	0,555	Signifikasi
R Square : 0,558						
R : 0,747						
F hitung : 38,671						
Signif F : 0,000						

Sumber : Data Kuesioner

Pada tabel di atas perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program computer SPSS didapatkan hasil sebagai berikut:

$$Y = 4,200 + 0,007X_1 + 0,034X_2 + 0,250X_3$$

Dari hasil tersebut dapat kita simpulkan bahwa kualitas pelayanan (X1) dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,007, harga (X2) dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,034, dan kualitas produk (X3) dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,250.

1) Uji F

Hasil uji F pada tabel 4.21 diperoleh F hitung sebesar 38,671 dan sig F sebesar 0,000. Karena sig F lebih kecil dari **0,05** maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

2) Korelasi Berganda (R)

Korelasi berganda menunjukkan bahwa (R) sebesar 0,747 menunjukkan korelasi atau hubungan antara variabel tersebut secara simultan terhadap kepuasan konsumen toko Dany yang erat sebesar 74,7%.

3) Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Koefisien determinasi berganda menunjukkan bahwa besarnya koefisien determinasi berganda (R^2) menunjukkan variabel bebas secara Bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 55,8% sisanya sebesar 54,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

4) Korelasi Parsial (r) dan Korelasi Determinasi Parsial (r^2)

Hasil pengujian korelasi parsial menunjukkan bahwa dari tiga variabel tersebut ditemukan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk karena memiliki nilai sebesar 0,745. Dalam Korelasi Determinasi Parsial (r^2) dari hasil pengujian diketahui bahwa variabel independen kualitas produk memiliki nilai sebesar 0,555 atau sebesar 55,5% yang menunjukkan memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai dapat dimabil kesimpulan sebagai berikut.

Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui uji analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa dari tiga variabel independen kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk yang signifikan hanya satu variabel yaitu variabel kualitas produk. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga tidak memiliki yang signifikan terhadap kepuasan konsumen toko Dany, hasil penelitian tersebut dapat disebabkan karna konsumen toko dany

tidak terpengaruh dengan kualitas pelayanan dan harga yang diberikan toko Dany disebabkan konsumen lebih mementingkan kualitas produk yang ditawarkan. Karena bagi konsumen produk harus memiliki kualitas yang baik karena dapat mempengaruhi produksi yang dilakukannya selain itu produk yang disediakan toko Dany sendiri juga merupakan kebutuhan pokok sehari-hari yang dibutuhkan oleh konsumen. Oleh karena itu mereka akan merasa puas ketika produk tersebut memiliki kualitas yang baik tanpa memikirkan harga yang ditetapkan dan pelayanan yang mereka terima ketika melakukan pembelian produk.

Saran

Berdasarkan simpulan, implikasi dan keterbatasan penelitian yang dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut.

- Memberikan kualitas produk yang baik karena dalam penelitian ini kualitas produk merupakan faktor yang paling signifikan secara parsial yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Peningkatan tersebut dapat dengan melihat hasil uji yang ada diantaranya dengan melakukan peningkatan dibagian desain dan ketahanan kemasan produk. Selain itu toko Dany juga sebaiknya dapat melakukan pembaruan terhadap desain produknya setiap tahun.

DAFTAR PUSTAKA

- Diasari, Setya Ayu. 2016. Pengaruh Harga, Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Surabaya : Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Volume 5, Nomor 12.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang : Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Ibnu, Widiyanto, 2008. Pointers : Metodologi Penelitian. Semarang : BP Undip
- Irawan, Deni dan Japarianto, Edwin. 2013. Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya. Surabaya: Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol. 1, No. 2, 1-8
- Kasmir, Etika Customer Service, (Jakarta : Raja Grafindo Persada,Ed. I, Cet. I, 2005), 15.
- Kotler, Philip and Amstrong, Gary. 2012. Principles of Marketing Global 14th edition. New Jersey: Prentice.

- Matzler, Kurt, Wurtele, Andreas, dan Renzl, Birgit. 2006. Dimensions of price satisfaction: a study in the retail banking industry. *IJBM*: 216.
- Ofela, Hana. 2016. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kebab Kingabi. Surabaya: *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* : Volume 5, Nomor 1
- S. Azwar. 1997. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Setyo, Edwin Purnomo. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. Surabaya : *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Volume 1, Nomor 6, Februari: 755 – 764.
- Sliwa, Martyna dan O’Kane, James. 2010. Service quality measurement: appointment systems in UK GP practices. *Service quality measurement*: 441.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : ALFABETA.
- Supranto, Johannes. 2008. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media
- Tjiptono, Fandy .2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Yang, Wenting dan Fan, Jing. 2015. Study on E-Government Services Quality: The Integration of Online and Offline Services. *JIEM*, 2015– 8(3): 693-718
- Yoestini, Albertus Ferry Rostya Adi. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Studi kasus: Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang. Semarang: *Dipenogoro Business Review*. Volume 1, Nomor 1, Halaman 1-9 Dianasari, E. (2010).