



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PERCETAKAN INDOPRINT KALTIM
MANDIRI SAMARINDA**

Dina Saputri¹, Dian Irma Aprianti²
Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda
dinahidayat2411@gmail.com

Abstract

This study aims to determine: The Effect of Price, Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction at Indoprint Kaltim Mandiri Samarinda Printing. The sample was taken using the Slovin formula with a total of 97 respondents. The data collection technique uses a questionnaire, the data presented is data obtained from the respondents' answers, using arithmetic tools with the SPSS version 22 program and analyzing the value of multiple linear regression. The results of this study indicate the variable Price (X_1), Product Quality (X_2), and Service Quality (X_3) have a positive effect on Customer Satisfaction (Y), but only the Price variable has a significant result and is the most dominant.

The closeness of the relationship between Price, Product Quality and Service Quality to Consumer Satisfaction in choosing the Indoprint Kaltim Mandiri Samarinda printing company is 0.922, with the value from the interpretation table correlation coefficient 0.80 - 1.00. This is able to explain that there is a very strong relationship between Price, Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction in choosing the Indoprint Kaltim Mandiri Samarinda printing company.

Price, product quality and service quality affect consumer satisfaction by 85.00%. These results indicate that 85.00% of which affects customer satisfaction by the factors of price, product quality and service quality, while 15.00% is influenced by other factors not examined by this study.

Keywords: Price, Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Percetakan Indoprint Kaltim Mandiri Samarinda, pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dengan jumlah 97 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, data yang disajikan adalah data yang diperoleh dari hasil jawaban responden, menggunakan alat bantu hitung dengan program SPSS versi 22 dan menganalisis nilai regresi liner berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y), tetapi hanya variabel Harga yang memiliki hasil signifikan dan yang paling dominan.

Keeratan hubungan Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dalam memilih percetakan Indoprint Kaltim Mandiri Samarinda sebesar 0,922, dengan nilai dari tabel interprestasi koefisien korelasi 0,80 – 1,00. Hal ini mampu menjelaskan bahwa adanya hubungan yang sangat kuat antara Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dalam memilih percetakan Indoprint Kaltim Mandiri Samarinda.

Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 85,00%. Hasil ini menunjukkan bahwa 85,00% yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen oleh faktor Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan sedangkan 15,00% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis percetakan di kota Samarinda semakin lama semakin meningkat, bisnis percetakan ini berdiri karena sebagian besar masyarakat menggunakan jasa percetakan untuk bisnis maupun kegiatan sosial. Banyak pelaku usaha yang beralih ke dunia bisnis ini sehingga pada saat ini di kota Samarinda terdapat banyak perusahaan percetakan, perkembangan jumlah perusahaan percetakan di Samarinda mengakibatkan semakin ketatnya persaingan. Persaingan yang semakin ketat menjadi suatu hal yang wajib diperhatikan pemilik perusahaan agar perusahaan tetap eksis dan terus berkembang. Keadaan tersebut juga dirasakan oleh salah satu perusahaan percetakan Indoprint Kaltim Mandiri Samarinda. Dalam penelitian ini bahwa masih kurang optimal sistem manajemen yang telah dijalankan oleh pihak Indoprint Kaltim Mandiri saat ini. Pihak manajemen Indoprint Kaltim Mandiri harus bisa mengevaluasi sistem yang telah ada agar Indoprint Kaltim Mandiri dapat terus meningkatkan laba perusahaan. Berdasarkan pengamatan peneliti dan masukan dari pihak manajemen kualitas pelayanan di Indoprint Kaltim Mandiri juga perlu di pertimbangkan untuk diteliti pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

LANDASAN TEORI

Harga

Harga merupakan suatu faktor utama yang mempengaruhi pilihan konsumen akan suatu produk tertentu. Selain harga terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi konsumen, namun harga tetaplah faktor utama untuk menentukan mangsa pasar. Harga dapat diartikan sebagai sejumlah uang (satuan moeter) dan atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlakukan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa (Tjiptono, 2019:138). Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu (Sunyoto, 2014:131).

Kualitas Produk

Produk merupakan suatu barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen yang kemudian akan ditawarkan kepada konsumen. Kualitas produk merupakan seberapa baik sebuah produk sesuai dengan kebutuhan spesifik dari pelanggan. Menurut (Tjiptono, 2006:51) Kualitas produk merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kualitas Pelayanan

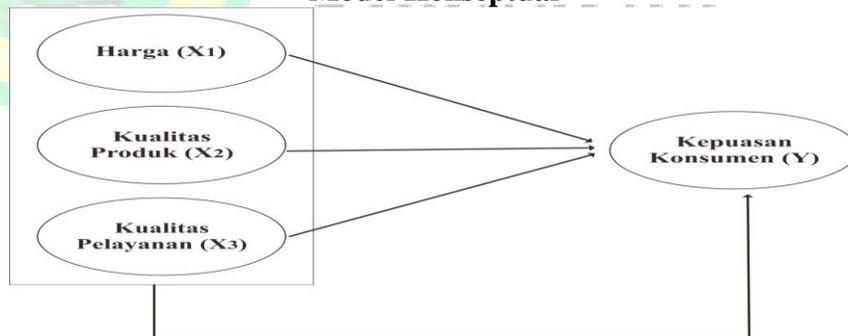
Pelayanan merupakan suatu hal penting yang perlu diperhatikan oleh para pelaku bisnis, ini karena pelayanan dapat mengundang konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama agar tidak direbut oleh pesaing. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen (Tjiptono, 2000:59). Untuk memenuhi keinginan konsumen, suatu penyedia jasa dituntut untuk mengerti apa yang diinginkan oleh konsumen, Kualitas pelayanan adalah suatu kemampuan untuk memenuhi kebutuhan internal dan eksternal pelanggan secara konsisten sesuai produk (Jati, 2001:21). Dalam hal ini peyedia jasa dituntut untuk berusaha mengerti apa yang diinginkan konsumen, sehingga mempunyai harapan mendapatkan kualitas layanan yang baik.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan salah satu 8las a penting untuk sebuah perusahaan, karena kepuasan dapat menjadi salah satu 8las an konsumen ingin terus menggunakan produk tertentu. Menurut (Yamit, 2001:78) kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan yang diharapkan.

Model Konseptual

Gambar 1
Model Konseptual



Sumber : Data diolah penulis, 2019

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode pendekatan penelitian secara kuantitatif yaitu dengan mendapatkan data dari responden dengan cara menyebar koesioner yang telah penulis siapkan dan menggunakan alat analisis regresi berganda.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen CV Indoprint Kaltim Mandiri pada tahun 2018 sejumlah 3.600 konsumen.

Sampel yang diambil pada penelitian ini sebanyak 97 konsumen pada percetakan Indoprint Kaltim Mandiri sesuai dengan syarat dan kriteria yang telah diyakini.

Teknik Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari responden penelitian, baik berupa hasil kuisisioner dan wawancara, data primer ini akan menjadi sumber data yang utama dalam penelitian ini.

2. Data Sekunder

Data sekunder ini diperoleh dari jurnal-jurnal penelitian terdahulu, internet dan observasi. Data sekunder adalah data yang dipergunakan untuk mendukung data primer.

Metode Analisis

Uji Instrumen

Untuk mengetahui validitas dan reabilitas dari kuesioner maka perlu dilakukan pengujian atas kuesioner tersebut dengan menguji validitas dan reliabilitasnya. Karena validitas dan reliabilitas ini bertujuan untuk menguji apakah kuesioner yang telah penulis sebariskan mendapatkan data penelitian yang valid dan reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh dua variabel atau lebih variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Konsumen

X₁ : Harga

X₂: Kualitas Produk

X₃: Kualitas Pelayanan

a : Konstanta

b_(1,2,3): Koefisien Regresi

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu pengujian yang digunakan dalam penelitian ini antara lain adalah pengujian koefisien korelasi (R), koefisien determinasi (R^2), Nilai dari uji F dan uji T.

Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi digunakan untuk mengemukakan ada atau tidaknya hubungan antar variabel yang diteliti, dan apabila adanya hubungan maka dapat diketahui seberapa erat hubungan tersebut.

Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel dependen (Y).

Uji F (Simultan)

Pengujian serentak/ model adalah untuk mengetahui apakah koefisien regresi variable bebas bersama-sama mempunyai pengaruh atau tidak terhadap variable tidak bebas.

Pembuktian ini dilakukan dengan mengamati F_{hitung} pada $\alpha = 5\%$ dengan tingkat kepercayaan 95% dengan derajat kebebasan $dk = (n-k-1)$, kemudian dibandingkan dengan t_{hitung} , apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Namun apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Uji T (Parsial)

Untuk mengetahui signifikansi dari hasil penelitian maka perlu dilakukan dengan Uji t (Uji parsial). Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas peoduk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada percetakan Indoprint Kaltim Mandiri.

- a. Jika nilai signifikansi probabillitasnya < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b. Jika nilai signifikansi probabilitasnya > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

PEMBAHASAN

Uji Validitas

Secara statistik, angka korelasi yang diperoleh harus dibandingkan dengan angka kritik nilai r. Cara melihat angka kritik adalah dengan melihat tingkat kebebasan (df) = $n - 2$ maka tingkat kebebasan (df) = $97 - 2 = 95$. Andaikan dalam perhitungan ditemukan pernyataan yang tidak

valid (tidak signifikan pada tingkat 5 %) kemungkinan pernyataan tersebut kurang baik susunan kata-kata atau kalimatnya (Supardi,2005;48) sehingga dalam penelitian ini, suatu indikator dikatakan valid apabila $n = 95$ dan maka $r_{tabel} = 0.1996$.

No	Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	Harga (X ₁)	X1.1	0.718	0.1996	Valid
		X1.2	0.721	0.1996	Valid
		X1.3	0.645	0.1996	Valid
		X1.4	0.706	0.1996	Valid
		X1.5	0.522	0.1996	Valid
2	Kualitas Produk (X ₂)	X2.1	0.651	0.1996	Valid
		X2.2	0.505	0.1996	Valid
		X2.3	0.698	0.1996	Valid
		X2.4	0.637	0.1996	Valid
		X2.5	0.711	0.1996	Valid
3	Kualitas Pelayanan (X ₃)	X3.1	0.678	0.1996	Valid
		X3.2	0.681	0.1996	Valid
		X3.3	0.696	0.1996	Valid
		X3.4	0.813	0.1996	Valid
		X3.5	0.755	0.1996	Valid
4	Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0.771	0.1996	Valid
		Y2	0.762	0.1996	Valid
		Y3	0.639	0.1996	Valid
		Y4	0.679	0.1996	Valid
		Y5	0.633	0.1996	Valid

Uji Reliabilitas

Suatu variabel dikatakan reliabel bila memberikan nilai *cronbach Alpha* > 0,60, sedangkan jika di bawah 0,60 data tersebut dikatakan tidak reliabel.

Variabel	Cronbach Alpha	Status
Harga	0.670	Reliabel
Kualitas Produk	0.639	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0.773	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0.730	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang berkaitan dengan variabel independen (harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan) dan variabel dependen (kepuasan konsumen) dikatakan reliable. Hal ini dilihat dari nilai Cronbach Alpha berturut-turut 0.670, 0.639, 0.773, 0.730 lebih besar dari 0.60. dengan kata lain bahwa seluruh pernyataan pada penelitian ini memiliki tingkat kehandalan yang baik dan dapat digunakan dalam analisis pada penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.695	.785		-.885	.378
	Harga	.679	.062	.667	10.885	.000
	Kualitas Produk	.202	.062	.190	3.231	.002
	Kualitas Pelayanan	.151	.050	.159	3.041	.003

a. Dependent Variable:Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel diatas, maka koefisien regresi yang telah di standarkan atas masing-masing variabel (β) adalah sebagai berikut:

1. Koefisien regresi Konstanta (β) = -0.695
2. Koefisien regresi Harga (X_1) = 0.679
3. Koefisien regresi Kualitas Produk (X_2) = 0.202
4. Koefisien regresi Kualitas Layanan (X_3) = 0.151

Berdasarkan dari angka-angka hasil uraian dari hasil koefisien regresi tersebut diatas maka selanjutnya dapat disusun ke dalam model struktur persamaa pada regres linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -0.695 + 0.679X_1 + 0.202X_2 + 0.151X_3$$

Secara keseluruhan dari persamaan tersebut diatas, secara parsial dapat di interpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar -0.695 artinya jika harga (X_1), kualitas produk (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) mengalami penurunan 1 satuan, maka kepuasan konsumen (Y) juga akan turun.
2. Koefisien regresi Harga (X_1) sebesar 0.679 artinya jika harga mengalami kenaikan 1 satuan, maka Kepuasan Konsumen mengalami peningkatan sebesar 0.679 satuan karena Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
3. Koefisien regresi Kualitas Produk (X_2) sebesar 0.202 artinya jika kualitas produk mengalami kenaikan 1 satuan, maka Kepuasan Konsumen (Y) mengalami peningkatan sebesar 0.202 satuan karena kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
4. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X_3) sebesar 0.151 artinya jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1 satuan, maka Kepuasan Konsumen (Y) mengalami peningkatan

sebesar 0.151 satuan karena kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Pengujian Hipotesis

Perhitungan Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.922 ^a	.850	.845	1.34455

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Poduk, Harga

Dari tabel diatas terlihat bahwa nilai R (korelasi) sebesar 0.922, berada pada rentang korelasi 0.80 – 1.00, sehingga dapat disimpulkan Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Sedangkan nilai R Square yang menunjukkan besarnya kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat diketahui sebesar 0.850 atau 85.00% yang bermakna bahwa Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan mampu dijelaskan oleh Kepuasan Konsumen sebesar 85.00%, sedangkan sisanya 15.00% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Uji t (Secara Parsial)

Pengujian secara parsial digunakan untuk menguji apakah setiap koefisien regresi variabel bebas mempunyai pengaruh atau tidak terhadap variabel tidak bebas.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.695	.785		-.885	.378
	Harga	.679	.062	.667	10.885	.000
	Kualitas Produk	.202	.062	.190	3.231	.002
	Kualitas Pelayanan	.151	.050	.159	3.041	.003

a. Dependent Variable:Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pada tabel diatas maka dapat diinterpretasikan atau dianalisis secara parsial antara variabel independen yang terdiri dari Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel terikat yang berupa Kepuasan Konsumen, untuk melihat tingkat signifikansi pengaruh dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Harga

Harga memiliki nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen” **diterima**.

2. Kualitas Produk

Kualitas Produk memiliki nilai signifikansi sebesar $0.002 < 0.05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen” **diterima**.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar $0.003 < 0.05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan “Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen” **diterima**.

Uji F (Secara Simultan)

Pengujian serentak/model adalah untuk mengetahui apakah koefisien regresi variabel bebas bersama-sama mempunyai pengaruh atau tidak terhadap variabel tidak bebas.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	952.596	3	317.532	175.645	.000 ^b
	Residual	168.126	93	1.808		
	Total	1120.722	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Poduk, Harga

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai signifikansinya sebesar 0.000 dan perhitungan F_{hitung} didapatkan angka $F_{hitung} (175.645) > F_{tabel} (2.47)$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima berarti ada hubungan secara simultan antara Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen. Dengan demikian model regresi dinyatakan layak dan benar. Kesimpulannya adalah bahwa variabel Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

KESIMPULAN

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis yang mendapatkan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ yang lebih kecil dari nilai probabilitasnya.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis yang mendapatkan nilai signifikansi sebesar $0.002 < 0.05$ yang lebih kecil dari nilai probabilitasnya.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis yang mendapatkan nilai signifikansi sebesar $0.003 < 0.05$ yang lebih kecil dari nilai probabilitasnya.
4. Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis yang mendapatkan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Adapun angka dari F_{hitung} sebesar 175.645 dan F_{tabel} 2.47

DAFTAR PUSTAKA

- Sumawardani, Pmaria M Minarsih, dan M Mukeri. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Desain, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Peningkatan Penjualan Di Percetakan* Teaching Factory Gradasi Semarang (2016). *Journal of Management* Vol.2 No.2.
- Dealisna. Pantilu, Rosalina M. Koleangan, Ferdy . Roring, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado (2018). *Jurnal EMBA*. Vol.6 No.4.
- Fadjar Alamsyah, Hubungan Harga Dan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Jaya Multi Surabaya (2017). *Journal of Management*. Vol.2 No.2.
- Sugiyono, (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, 2013.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.