

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PERCETAKAN OZORA GENERAL TRADING SERVICE (GTS) DI UJUNGPANGKAH GRESIK****Ninik Maulidiyah⁽¹⁾, Nur Farida⁽²⁾**ninikmaulidiyah35@gmail.com⁽¹⁾ninikmaulidiyah35@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi NU Trate Gresik

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk dapat melihat dampak biaya dan sifat organisasi terhadap keteguhan pelanggan. Obyek evaluasi ini adalah Percetakan OZORA General Exchangeing Administration (GTS) di Ujungpangkah Gresik. Sebanyak 100 potongan data dikumpulkan menggunakan wawasan, pertemuan, dan penelitian menggunakan teknik uji non-probabilitas. Pemeriksaan data dilakukan dengan menggunakan metodologi kuantitatif yang jelas dengan menggunakan IBM SPSS 25. Penilaian dalam penelitian ini meliputi: uji keaslian, uji kualitas tetap, uji keraguan gaya lama, uji backslide yang berbeda, konfirmasi benar-benar melihat koefisien (R2), uji t dan uji F.

Untuk mengetahui kualitas dan kekurangan dari hubungan antara faktor X dan variabel Y, dilakukan penilaian yang disengaja dengan menggunakan koefisien kondisi jaminan untuk mendapatkan R Square = 0,464. Ini menunjukkan bahwa elemen bebas dan variabel dependen memiliki area padat yang serius untuk a. Uji backslide langsung yang berbeda menemukan bahwa biaya mempengaruhi kepuasan pembeli, dilihat dari signifikansi $0,162 < 0,05$ dengan nilai besar $0,008 < 0,05$. Kualitas manajerial sangat berpengaruh terhadap kepercayaan pembelanja, dilihat dari signifikansi $0,445 > 0,05$ dengan nilai kualitas regulasi $0,000 < 0,05$. Kemudian biaya variabel dan sifat organisasi serta ketergantungan pelanggan, ini harus terlihat dari nilai yang sangat besar yaitu $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Harga; kualitas pelayanan; kepuasan konsumen; percetakan.

ABSTRACT

This study hopes to check out at the effect of cost and organization quality on purchaser satisfaction. The object of this investigation is the OZORA General Trading Organization (GTS) Engraving in Ujungpangkah Gresik. An amount of 100 data were assembled using insight, gatherings and overviews using non-probability investigating methodology. Data examination was finished using clear quantitative methodologies with the IBM SPSS 25 application. The assessment in this study included: authenticity test, steady quality test, old style doubt test, various straight backslide examination, coefficient of affirmation assessment (R2), t test and F test.

To conclude the strength of the association between the X variable and the Y variable, quantifiable assessments were finished using the coefficient of affirmation condition to obtain R Square = 0.464. This shows that the free element and the dependent variable have serious solid areas for a. Different direct backslide test tracked down that cost influences customer reliability, seen from the importance of $0.162 < 0.05$ with a basic worth of $0.008 < 0.05$. Organization quality somewhat influences customer dependability, seen from the importance of $0.445 > 0.05$ with an immense worth of organization quality $0.000 < 0.05$. Then the variable expense and organization quality simultaneously on buyer unwaveringness, this ought to be apparent from the colossal worth of $0.000 < 0.05$.

Keywords: price; service quality; customer satisfaction; printing.

PENDAHULUAN

Kemajuan ilmu pengetahuan dan inovasi semakin cepat, sehingga saat ini bisnis percetakan semakin lengkap dan kekinian. Organisasi percetakan di Indonesia berkembang pesat, baik dalam lingkup yang sangat besar, sedang maupun terbatas. Peningkatan ini juga terjadi di daerah Ujungpangkah, dimana banyak sekali percetakan. Kemajuan jumlah perusahaan percetakan telah membawa persaingan bisnis yang semakin luas di bidang ini. Setiap pelaku usaha harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pembeli, sehingga sesuai dengan asumsi pembelanja. Untuk mengalahkan kontes, salah satu usaha yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis adalah dengan menerapkan biaya yang masuk akal dan menawarkan bantuan yang menyenangkan.

Selama waktu yang dihabiskan untuk berdagang, biaya mungkin merupakan bagian utama, karena biaya adalah bagian penting dalam melakukan pertukaran. Selain nilai, komponen yang mempengaruhi pemenuhan pembeli adalah kualitas administrasi.

Percetakan OZORA General Trading Service (GTS) merupakan percetakan yang didirikan pada tahun 2010 yang terletak di Jl. Sumber Agung Desa Pangkahkulon Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik. Pada awalnya Percetakan ini didirikan dengan nama OZORA Print karena hanya melayani jasa percetakan skala kecil dan pada tahun 2016 percetakan OZORA Print tidak hanya menawarkan produk dan jasa percetakan saja tetapi juga menawarkan kebutuhan umum yang lain nama percetakan lalu berubah menjadi OZORA General Trading Service (GTS) yang memiliki arti Layanan Perdagangan Umum. Percetakan OZORA General Trading Service (GTS) ini sekarang berkembang menawarkan produk dan jasa di bidang percetakan digital printing serta menjual berbagai kebutuhan umum lain seperti desain grafis, perlengkapan ulang tahun, dan perlengkapan nikah. Adapun produk yang ditawarkan untuk kebutuhan percetakan seperti tinta, kertas atau produk yang berkaitan dengan Alat Tulis Kantor (ATK). Jasa yang ditawarkan percetakan ini bervariasi

seperti jasa pembuatan stempel, jasa penggadaan buku, penjilidan, service printer, dan masih banyak lagi.

Adapun alasan peneliti memilih Percetakan OZORA General Trading Service (GTS) karena harga yang ditawarkan kurang terjangkau oleh konsumen dan juga kualitas pelayanannya belum optimal kepada konsumen.

Selain harga peneliti juga mensurvei tentang kualitas pelayanan di percetakan OZORA General Trading Service (GTS) ini sangat kurang optimal. Pelayanan yang diberikan percetakan OZORA General Trading Service (GTS) ini sering kali menerima kesan yang negatif dari konsumen karena sering tidak bisa menyelesaikan orderan seperti penjilidan yang tidak bisa selesai tepat waktu.

TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Harga adalah berapa banyak uang yang diharapkan dalam kesepakatan dan pertukaran pembelian untuk mendapatkan layanan atau layanan yang layak. Menurut William J. Stanton (2012: 146) biaya adalah berapa banyak uang (kemungkinan ditambah beberapa barang dagangan) yang diharapkan untuk mendapatkan campuran barang dan administrasi yang berjalan. Seperti yang dikemukakan Buchari Alma (2013:169), biaya adalah berapa banyak uang yang dibayarkan untuk organisasi, atau berapa banyak nilai yang ditukar klien untuk diperoleh dari membeli atau menggunakan pekerjaan dan barang.

Kualitas Pelayanan

Tjiptono dalam Indrasari (2019: 61) memberikan definisi bahwa kualitas pelayanan adalah pekerjaan untuk memuaskan kebutuhan yang disertai dengan keinginan pembeli dan ketepatan penyampaian untuk menyesuaikan asumsi pembeli. Seperti yang ditunjukkan oleh Kotler dan Armstrong (2012:681) kualitas regulasi adalah keseluruhan bagian dan sifat dari suatu hal atau asosiasi yang mendukung kemampuannya untuk mengatasi masalah secara lugas atau dengan gagasan. Mengingat kutipan yang menyertainya, secara umum akan dianggap bahwa kualitas bantuan adalah

pekerjaan untuk memenuhi sifat suatu produk atau layanan untuk mengatasi masalah klien.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan pembeli atau konsumen dapat diartikan sebagai tingkat penilaian pembeli yang muncul setelah membandingkan hasil yang diperoleh dan hasil biasa. Menurut Tjiptono (2015: 146) shopper fulfillment adalah perasaan senang atau tidak puas yang dirasakan individu yang muncul setelah melihat kesan pertunjukan (outcomes) dari suatu barang atau jasa dengan kecurigaannya. Sedangkan menurut Umar dalam Indrasari (2019: 82) pemenuhan pembelanjaan adalah derajat penilaian pembeli setelah melihat apa yang diperolehnya dan praduganya.

HIPOTESIS

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H_1 : Diduga ada pengaruh secara parsial dari harga terhadap kepuasan konsumen di Percetakan OZORA General Trading Service(GTS) di Ujungpangkah Gresik.
- H_2 : Diduga ada pengaruh secara parsial dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Percetakan OZORA General Trading Service(GTS) di Ujungpangkah Gresik.
- H_3 : Diduga variabel dari harga dan kualitas pelayanan ada pengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Percetakan OZORA General Trading Service(GTS) di Ujungpangkah Gresik

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat grafis yang sepenuhnya bertujuan untuk menggambarkan artikel ujian atau hasil ujian. Sedangkan prosedur tinjauan kuantitatif adalah jenis penyelidikan yang kekhususannya produktif, terkoordinasi dan jelas terkoordinasi sejak awal hingga pembentukan rencana penyelidikan. Seperti yang diungkapkan oleh Sugiyono (2021:16) pada dasarnya strategi pemeriksaan kuantitatif merupakan prosedur cerdas untuk mendapatkan informasi dengan sasaran dan kegunaan yang jelas. Penggunaan strategi kuantitatif ini karena teknik ini dapat menggambarkan sekaligus menguraikan

keadaan yang terjadi dan untuk mengetahui apa arti biaya dan kualitas pelayanan bagi pemenuhan pembelian di OZORA General Trading Service (GTS) Imprinting di Ujungpangkah Gresik.

Dengan jumlah tes yang diterima oleh ilmuwan lebih dari 100 responden dan dalam proses pengumpulan informasi para ahli menggunakan 3 teknik melalui pengamatan, pertemuan dan survei.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik untuk banyak investigasi relaps langsung adalah dengan mengharapkan nilai variabel dependen, untuk lebih spesifik loyalitas konsumen (Y) dengan mempertimbangkan kelebihan dari faktor bebas yaitu nilai (X1) kualitas pelayanan (X2), sehingga dapat diketahui dampak positif atau negatifnya. Berikutnya adalah tabel dari berbagai hasil regresi linier berganda:

Tabel Analisis Regresi Linier Berganda

| Model | Koefisien | Signifikan | Keterangan |
|-----------------------|-----------|------------|------------|
| 1 (Contant) | 2.536 | 0.023 | |
| Harga | 0.162 | 0.008 | Positif |
| Kualitas Pelayanan | 0.445 | 0.000 | Positif |

Mengingat tabel terlampir, sangat mungkin menutup data yang menyertainya:

- a. Harapan nilai variabel bebas terdiri dari nilai (X1) dan Kualitas Administrasi (X2) bernilai nol, maka variabel dependen kepuasan konsumen (Y) akan tetap sebesar 2.536, karena nilai konstanta menunjukkan nilai sebesar 2.536.
- b. Koefisiensi regresi untuk variabel harga bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan berlawanan atau terjadi pengaruh positif antara harga (X1) dengan kepuasan konsumen (Y). Koefisien regresi variabel biaya (X1) bertambah sebesar 1 satuan, sehingga pemenuhan kebutuhan pembeli (Y) akan bertambah sebesar 0,162.
- c. Koefisien relaps untuk variabel sifat bantuan adalah positif, menunjukkan bahwa ada hubungan yang berlawanan atau hasil yang konstruktif antara kualitas

administrasi (X2) dan loyalitas konsumen (Y). Koefisien regresi variabel kualitas pendampingan (X2) bertambah sebesar 1 satuan, sehingga pemenuhan pembelanjaan (Y) akan bertambah sebesar 0,445.

Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

| Model | R Square | Adjusted R Square |
|-------------|----------|-------------------|
| 1 (Contant) | 0,464 | 0,453 |
| | 46,4% | 45,3% |

Dari tabel yang terhubung, koefisien jaminan (R Square) adalah 0,464 atau 46,4%. Sementara koefisien assurance yang diubah (Changed R Square) sebesar 0,453 atau 45,3%. Koefisien assurance antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu), dengan catatan semakin terlihat penampakannya maka semakin membumi hubungan antara ketiga komponen tersebut dalam model regresi. Sangat mungkin beralasan bahwa 45,3% variabel kepuasan pelanggan dapat dipahami atau dipengaruhi oleh faktor biaya dan kualitas administrasi. Sedangkan kelebihan 54,7% dipengaruhi atau dimaklumi oleh berbagai faktor yang dikecualikan dari ulasan ini.

Hasil Uji Hipotesis

a. Uji-t (Parsial)

Tabel Hasil Uji-t

| Model | t Hitung | Koefisien B | Sig. | Keterangan |
|--------------------|----------|-------------|-------|------------|
| 1 (Constant) | | | | |
| Harga | 2.698 | 0.162 | 0.008 | Positif |
| Kualitas Pelayanan | 6.996 | 0.445 | 0.000 | Positif |

Dilihat dari tabel hasil uji-t, diketahui bahwa:

1. Harga berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan konsumen

Hal ini terlihat dari koefisien (B) sebesar 0,162 yang lebih menonjol dari taraf kritis (α) = 0,05/5%. Sedangkan nilai kritis senilai 0,008 lebih sederhana dibandingkan dengan taraf besar (α) = 0,05/5%.

Dengan cara ini, nilai kritis senilai 0,008 <0,05 menyiratkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diakui, menyiratkan bahwa biaya mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Kualitas administrasi mempengaruhi loyalitas konsumen

Hal ini terlihat dari koefisien (B) sebesar 0,445 yang lebih mencolok dibandingkan dengan taraf dasar (α) = 0,05/5%. Sementara nilai besar kualitas administrasi adalah 0,000 yang tidak tepat pada tingkat kritis (α) = 0,05/5%.

Selain itu, nilai kualitas organisasi yang sangat besar adalah 0,000 <0,05, dan itu menyiratkan bahwa H_0 dihilangkan dan H_1 dirasakan, dan itu menyiratkan bahwa sifat membantu memengaruhi pengabdian pembeli.

b. Uji F (Simultan)

Tabel Hasil Uji F

| Model | F Hitung | Signifikant | Keterangan |
|----------------|----------|-------------|------------|
| 1 (Regression) | 42.053 | 0.000 | Positif |

Berdasarkan tabel gabungan, nilai F yang ditentukan adalah 42,053, sedangkan nilai dasarnya adalah 0,000 yang lebih rendah dari nilai besar (α) = 0,05/5%.

Karena nilai dasarnya adalah 0,000 < 0,05 maka H_0 dikeluarkan dan H_1 dipertimbangkan, hal ini menunjukkan bahwa biaya variabel dan gagasan asosiasi secara singkat mempengaruhi pengabdian klien.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pengaruh Harga (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Konsekuensi dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai (X1) berpengaruh terhadap keteguhan pelanggan (Y). Ini harus terlihat dari nilai dasar 0,008 <0,05, dan itu berarti bahwa H_0 dihilangkan dan H_1 dirasakan, dan itu menyiratkan bahwa variabel pengeluaran mempengaruhi dedikasi pembelanja Percetakan OZORA General Trading Service (GTS) di Ujungpangkah Gresik.

Sesuai penilaian yang dilakukan oleh Khairani, dkk (2019) bahwa penilaian sangat berpengaruh terhadap kepuasan pembeli dalam menggunakan suatu barang atau jasa. Hal ini didukung oleh penelitian yang disusun oleh Khairani, dkk (2019) dengan judul Pengaruh Biaya Administrasi dan Kualitas Terhadap Pemenuhan Pembeli di PT. Matahari Putera Prima (Hypermart). Konsekuensi dari evaluasi yang telah

dilakukan adalah koefisien senilai 0,404 yang lebih terlihat dari level fundamental (α) = 0,05/5%.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Konsekuensi dari penelitian ini menunjukkan bahwa gagasan membantu (X2) pada dasarnya mempengaruhi bantuan klien (Y). Hal ini terlihat dari nilai fundamental gagasan administratif sebesar $0,000 < 0,05$, dan itu menyiratkan bahwa H_0 dihilangkan dan H_1 dirasakan, dan itu menyiratkan bahwa sifat variabel bantuan mempengaruhi keteguhan pembeli Percetakan OZORA General Trading Service (GTS) di Ujungpangkah Gresik.

Sesuai penilaian yang diberikan oleh Aswad (2018), semakin tinggi nilai variabel kualitas bantuan, semakin tinggi pula nilai variabel pemenuhan kebutuhan pembeli. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang disusun oleh Syaiful Aswad, dkk (2018) dengan judul Pengaruh Biaya Administrasi dan Kualitas terhadap Pemenuhan Pembeli dan Pelanggan Air Bersih di Kampung Air Batam Center. Hasil perhitungan yang telah dilakukan adalah nilai koefisien sebesar 0,325 yang lebih penting dari derajat kebesaran (α) = 0,05/5%.

Pengaruh Secara Simultan Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Konsekuensi dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Nilai (X1) dan Sifat Hierarkis (X2) memiliki hasil yang positif sedangkan variabel Loyalitas konsumen (Y) diperoleh dari nilai dasar 0,000. Karena nilai dasar $0,000 < 0,05$ maka H_0 dibuang dan H_1 dipersepsikan, hal ini menunjukkan bahwa variabel biaya dan kualitas administrasi berpengaruh terhadap loyalitas pembeli OZORA Printing General Trading Service (GTS) di Ujungpangkah Gresik.

PENUTUP

Sasaran akhir yang dapat ditarik dari penilaian ini adalah sebagai berikut:

- Biaya mempengaruhi pemenuhan pembeli yang dibuktikan dengan besarnya nilai senilai $0,008 < 0,05$ dan tingkat kepentingan $0,162 > 0,05$.

- Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang dibuktikan dengan nilai fundamental kualitas administrasi $0,000 < 0,05$ dan tingkat kepentingan $0,445 > 0,05$.
- Biaya dan konsep asosiasi secara keseluruhan mempengaruhi loyalitas pembeli yang dibuktikan dengan nilai dasar $0,000 < 0,05$.

SARAN

Melihat peningkatan pemeriksaan, pertimbangan para ilmuwan yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

- Bagi praktisi, hal ini dipercaya dapat dimanfaatkan dengan baik oleh pihak-pihak terkait sehingga dapat meningkatkan dan mempertahankan pembeli dengan menentukan harga yang tepat dan memperhatikan sifat jasa percetakan sehingga tidak menyebabkan pembeli memilih barang atau jasa selain OZORA General Trading Service (GTS) Imprinting di Ujungpangkah Gresik.
- Bagi peneliti selanjutnya, adalah normal untuk menemukan elemen berbeda yang dapat mempengaruhi pemenuhan pembeli Percetakan OZORA General Trading Service (GTS) di Ujungpangkah Gresik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aswad, Syaiful dkk. 2018. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Batam Center, "Jurnal Ilmu Manajemen UPB"*. Volume 6 Nomer 2 (hlm 77-81). Batam : Universitas Putera Batam
- Buchari, Alma B. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS* 25. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. 2012. *Manajemen Pemasaran Cetakan 2*. Bandung : Yrama Widya
- Handoko, Bagus. 2016. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Titipan Kilat JNE Medan*,

- "Jurnal Ilmiah dan Manajemen". Volume 17 Nomer 01 (hlm 1-13). Medan : STIE Harapan Medan
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan Cetakan 1*. Surabaya : Unitomo Press
- Khairani, Rafida dkk. 2019. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Matahari Putera Prima (Hypermat)*, "Jurnal Manajemen". Volume 5 Nomer 2 (hlm 129-136). Medan : Universitas Prima Indonesia
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management* 15th Edition. New Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Ed. Ketiga Belas Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM*. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi 3*. Jakarta : Salemba Empat
- Rewa, Janet Arlita. 2019. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Grand Aquila Bandung*, "Jurnal Manajemen dan Bisnis". Volume 3 Nomer 3 (hlm 576-584). Bandung : Universitas Langlangbuana
- Sari, Tri Anggi Nur Indah. 2021. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen JNE Cabang Lupuk Pakam* "Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan". Volume 2 Nomer 2 (hlm 84-92). Medan : Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah
- Silalahi, Ulber. 2017. *Metodologi Analisis Data*. Bandung : Refika Aditama
- Silalahi, Ulber. 2018. "Metodologi Analisis Data dan Interpretasi Hasil Untuk Penelitian Sosial Kuantitatif. Bandung : Refika Aditama
- Stanton, William J. 2012. *Prinsip pemasaran, alih Bahasa*. Jakarta : Penerbit Erlangga,.
- Sugiyono. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2021. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfa Beta
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset
- Tjiptomo, Fandy. 2015. *Startegi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta : Andi Offset.