

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA LAYLA BOUTIQUE BUNGAH GRESIK

Moh Ibadur Rohman⁽¹⁾, Nur Mufarokhah, S.Psi., M.M⁽²⁾

Moh.ibadurrohman17@gmail.com ⁽¹⁾

nurmufarokhah71@gmail.com ⁽²⁾

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi NU Trate Gresik

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada layla boutique bungah gresik. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung toko layla boutique bungah gresik selama 4 bulan. Cara menentukan sampel menggunakan teori slovin sebanyak 89 responden yang dalam penelitian ini digenapkan menjadi 100 responden. analisis data yang digunakan adalah program IBM SPSS 22. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi berganda. Teknik pengumpulan data menggunakan koisioner yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh parsial dan simultan dari kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada layla boutique bungah gresik.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of service quality and price on customer satisfaction at Layla Boutique Bungah Gresik. The population in this study were visitors to the layla boutique bungah gresik shop for 4 months. How to determine the sample using Slovin's theory as many as 89 respondents which in this study were fulfilled into 100 respondents. The data analysis used is the IBM SPSS 22 program. This study uses a quantitative approach with multiple regression analysis method. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used is multiple regression. The results showed that there was a partial and simultaneous influence of service quality and price on customer satisfaction at Layla Boutique Bungah Gresik.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan, baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat di artikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kegiatannya dengan pasar.

Kualitas pelayanan dan harga menjadi faktor-faktor dalam penentuan kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan

kebutuhan dan keinginan konsumen serta penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang diperhatikan konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan yaitu untuk memberikan kemudahan bagi konsumen. Setiap menjalankan bisnis baik barang ataupun jasa, konsumen harus diberikan pelayanan yang baik karena "Kualitas Pelayanan memiliki hubungan erat dengan keputusan pembelian", perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya apabila memberikan pelayanan yang baik.

Banyak usaha bangkrut karena mematok

harga yang tidak cocok di pasar. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut.

Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan di banding kompetitor-kompetitor yang ada.

Kepuasan Pelanggan menjadi salah satu faktor penting dalam menjalankan suatu usaha atau bisnis. Pemenuhan kepuasan pelanggan menjadi hal yang penting karena kepuasan pelanggan merupakan strategi bisnis jangka panjang serta mendorong agar pelaku usaha semakin memenuhi apa yang akan menjadi kebutuhan pelanggan, maka dari itu pelaku usaha harus menemukan sebuah cara untuk mengatasi masalah-masalah tersebut sehingga pelanggan akan merasa puas.

Toko Layla Boutique berdiri sejak tahun 2014 yang beralamat di Jl. Raya Bungah No. 8 Selatan Polsek Bungah Gresik. Saat ini di toko tersebut memiliki 5 karyawan tetap, ada beberapa brand ternama yang menjadi produk utama pada Toko Layla Boutique yaitu Dannis, Pasmira dan Zoya, untuk pemasarannya sendiri melalui media sosial seperti Shopee, Facebook, Instagram, WhatsApp dan Blogger.

TINJUAN PUSTAKA

Dari sudut pandang manajerial, Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkonsumsikan, dan menghantarkan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola sebuah hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemegang kepentingan. Pemasaran mencakup beberapa kegiatan yaitu : menyelidiki dan mengetahui apa yang diinginkan pelanggan, kemudian merencanakan dan mengembangkan sebuah produk atau jasa yang akan memenuhi kebutuhan tersebut, selanjutnya memutuskan cara yang terbaik untuk menentukan harga

serta mempromosikannya dan mendistribusikan produk atau jasa tersebut.

Pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam masyarakat karena pemasaran menyangkut berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang ekonomi dan sosial. Karena kegiatan pemasaran menyangkut masalah mengalirnya produk dari produsen ke konsumen, maka pemasaran menciptakan lapangan kerja yang penting bagi masyarakat. Dengan demikian pemasaran merupakan sektor yang penting dalam pendapatan masyarakat. Di samping itu perlu disadari bahwa sebagian besar pengeluaran uang masyarakat konsumen mengalir ke kegiatan pemasaran.

Pemasaran merupakan suatu sistem dari kegiatan-kegiatan yang beroperasi dalam suatu lingkungan yang dibatasi oleh sumber-sumber dari perusahaan itu sendiri, peraturan-peraturan maupun konsentrasi sosial dari perusahaan yang berusaha menghasilkan laba dari hasil penjualan yang dicapai.

Kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *servqual* (Service quality). *Servqual* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi konsumen atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan/diinginkan (*expected service*).

Definisi Kualitas Pelayanan itu sendiri adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan atau kualitas jasa berkaitan dengan kemampuan sebuah perusahaan dalam menciptakan pelayanan yang bermutu bagi pelanggannya. Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan di sini sangat penting dalam menentukan pelayanan seperti apa yang dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang berkualitas.

Harga adalah pengganti dari suatu nilai jumlah yang harus dibayar, atau dipertukarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan sesuatu yang ditawarkan atas sebuah produk. Pembayaran bisa berupa uang, barang layanan atau jasa.

Di samping itu harga merupakan unsur

bauran pemasaran yang bersifat fleksibel artinya dapat diubah dengan mudah dan harga mempunyai pengaruh langsung terhadap permintaan produk di pasar. Hal itu disebabkan karena pada dasarnya harga merupakan sesuatu yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen atau pembeli institusional. Apakah harga tadi dapat diterima, konsumen, pembeli institusional atau pasarlah yang memutuskan. Bila mana pasar dapat menerima harga yang ditawarkan, produk yang bersangkutan laku. Sebaliknya apabila pasar menolaknya, perusahaan yang bersangkutan wajib meninjau kembali harga yang mereka tawarkan atau (jika dirasa perlu) menarik kembali produk mereka dari pasar. Akan tetapi menetapkan harga jual produk tidak dapat dilakukan secara mencoba-coba karena banyak sekali kepentingan perusahaan yang terkait di dalamnya.

Baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa dalam hal ini adalah pegawai Toko Layla Boutique, dapat diketahui melalui kepuasan para pelanggan/konsumen Toko Layla Boutique. Sehingga perlu kita ketahui pengertian kepuasan pelanggan itu. Untuk memenuhi kepuasan konsumen, perlu dilakukan sebuah pengelolaan terhadap kualitas pelayanan yang ditawarkan untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang dikelola secara baik dan memberikan hasil yang baik untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan itu akan terwujud melalui hubungan positif antara harapan pelanggan terhadap kualitas/kinerja sebuah produk yang diberikan oleh produsen. Semakin besar kualitas/kinerja produk yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan, maka akan semakin besar pula kepuasan pelanggan. Selanjutnya konsumen memperkirakan penawaran mana yang memberikan nilai tertinggi. Mereka ingin memaksimalkan nilai dengan kendala biaya pencarian, pengetahuan, mobilitas dan penghasilan yang terbatas. Konsumen membentuk suatu harapan nilai dan bertindak atas dasar nilai tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Penelitian Kuantitatif, dimana data diperoleh dari sampel populasi penelitian dalam bentuk angka kemudian dianalisis menggunakan metode Statistik, data tersebut diperoleh dari penyebaran kuisioner yang akan dibagikan kepada responden dan berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April s/d Mei 2022. Lokasi penelitian dilakukan pada Toko Layla Boutique Jl. Raya Bungah No. 8 Selatan Polsek Bungah Gresik.

1. Kualitas Pelayanan (X_1)

Kualitas Pelayanan didefinisikan sebagai ukuran seberapa baik tingkat kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, apakah sudah sesuai dengan harapan pelanggan. Indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan menurut Zeithmal dan Bitner (1996) yang dikutip oleh Dian Evi Setyaningsih (2015) yaitu :

- a. Bukti Langsung / fisik
- b. Keandalan
- c. Daya Tanggap
- d. Jaminan
- e. Empati

2. Harga (X_2)

Harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan pelanggan untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa yang dibelinya. Menurut (Ahmad Muzakki : 2013), Variabel indikator menurut Kotler dan Armstrong (2012 : 278), yaitu :

- a. Keterjangkauan Harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat produk

3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul atau keluar setelah membandingkan kinerja atau hasil yang diharapkan. Menurut (Yusnani Endang Sutrisna : 2018), dan variabel indikatornya yaitu :

- a. Kesesuaian Harapan
- b. Minat Berkunjung kembali

c. Ketersediaan merekomendasikan

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek dan obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik sebuah kesimpulan.

Dan yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Toko Layla Boutique Bungah Gresik selama 4 bulan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Pengunjung Toko Layla Boutique Bungah Gresik Bulan Maret – Juni 2022

Bulan	Jumlah Pengunjung
Maret	198
April	205
Mei	190
Juni	187
Total	780

Sumber : Data took Layla boutique bungah Gresik

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, Sedangkan penyusunan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori Slovin yaitu 89 responden. Dalam penentuan jumlah sampel yang digunakan Sugiyono, (2017:91) Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Persentase kelonggaran karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolelir (ketidakteelitian)

$$n = \frac{780}{1 + (780 \times (10\%)^2)}$$

$$n = \frac{780}{1 + (780 \times (10\%)^2)}$$

$$n = \frac{780}{1 + 7,8}$$

$$n = \frac{780}{8,8} = 89 \text{ (di bulatkan)}$$

Data primer, merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya dari lapangan melalui angket, wawancara dan pengamatan.

Data sekunder, merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya, akan tetapi data hasil olahan dari

pengambilan data primer. Data sekunder di penelitian ini adalah melalui media cetak, maupun elektronik.

Observasi yaitu metode pengumpulan data yang melalui pengamatan secara langsung atau peninjauan secara cermat dan langsung di lokasi penelitian. Dalam hal ini, peneliti berpedoman kepada desain penelitian harus mengunjungi lokasi penelitian untuk mengamati secara langsung berbagai hal atau kondisi yang ada di lapangan. Pengumpulan data dengan cara mempelajari bahan kuliah, literasi, serta sumber lain yang dikumpulkan berguna untuk membantu memperkuat teori dan analisisnya.

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka secara langsung dan tanya jawab antara peneliti dan narasumber.

Kuisisioner yaitu suatu cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan responden tersebut akan memberikan timbal balik atau respon dari pertanyaan yang diberikan.

Dalam penelitian ini pengukuran Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan menggunakan Skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap suatu kejadian atau keadaan sosial, dimana variabel-variabel yang akan diukur dijabarkan dulu menjadi indikator variabel yang kemudian indikator tersebut dijadikan tolak ukur untuk menyusun item pertanyaan. Satu indikator cukup diwakili dengan satu pertanyaan dan jawaban. Dan setiap pernyataan yang menggunakan pengukuran skala likert ini mempunyai tingkatan dari sangat positif sampai sangat negatif. Tingkatan-tingkatan tersebut antara lain (Sugiyono, 2017 : 132).

Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Uji Validitas ini dapat dilakukan dengan menggunakan korelasi antar skor setiap butir

dari pertanyaan tersebut dengan total skor variabel. Setelah itu menentukan hipotesis, H_0 : skor butir pertanyaan berkorelasi positif dengan total variabel, dan H_a : skor butir pertanyaan tidak berkorelasi positif dengan skor total variabel.

Setelah mengajukan hipotesis kemudian uji membandingkan r hitung (table corrected item total correlation) dengan r tabel (table product moment dengan signifikan 0,05) untuk degree of freedom (df) = $n - k$ suatu kuisioner dikatakan valid apabila r hitung dan r tabel bernilai positif (Ghozali, 2011 : 52)

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang ada. Uji Reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Cronbach Alpha*. Suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila koefisien reliabilitas lebih besar 0,6 (Siregar, 2012:175).

Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah jika *Cronbach Alpha* lebih besar dari r tabel maka item-item dalam angket yang digunakan dinyatakan *Reliabel*, Sebaliknya jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari r tabel maka item-item dalam angket yang digunakan dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila : Hasil *Cronbach Alpha* > 0,6 = Reliabel dan jika Hasil *Cronbach Alpha* < 0,6 = Tidak Reliabel.

Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2016 : 154) Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Pada prinsipnya Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan : (Imam Ghozali, 2016 : 156). Pengujian Normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan melihat normal probability plot yang membandingkan

distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data normal.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah terjadi perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot.

Uji Multikolineritas

Menurut Imam Ghozali (2016:103) Uji Multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk meramalkan pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap suatu variabel terikat dan untuk membuktikan ada atau tidaknya suatu hubungan fungsional antara dua variabel bebas (X) atau variabel terikat (Y).

Analisis Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen atau terikat (Kepuasan Pelanggan). Nilai Koefisien Determinasi adalah antara Nol dan Satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016:97).

Uji t (parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Menurut Imam Ghozali (2019:97) Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh signifikan dari variabel bebas secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusan yaitu :

- Sig. t-hitung > dengan α 5% atau 0,05 maka H_0 diterima, jadi tidak ada pengaruh.
- Sig. t-hitung < dengan α 5% atau 0,05 maka H_0 ditolak, jadi ada pengaruh signifikan.

Uji F (Simultan)

Menurut Imam Ghozali (2019:96) Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat, Kriteria pengambilan keputusannya adalah:

- Sig. F-hitung > dengan α 5% atau 0,05 maka H_0 diterima, jadi tidak ada pengaruh.
- Sig. F-hitung < dengan α 5% atau 0,05 maka H_0 ditolak, ada pengaruh signifikan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Toko Layla Boutique berdiri sejak tahun 2014 yang beralamat di jl. Raya Bungah No. 8 Selatan Polsek Bungah Gresik. Saat ini di toko tersebut memiliki 5 karyawan tetap dan banyak dari beberapa brand ternama yang menjadi produk utama pada Toko Layla Boutique ini sendiri yaitu Dannis, Pasmira dan Zoya, untuk pemasarannya sendiri melalui media sosial seperti Shopee, Facebook, Instagram, WhatsApp dan Blogger.

Tabel 2. Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Pengunjung	prosentase
Laki-laki	42	42 %
Perempuan	58	58 %
total	100	100 %

Sumber : Data yang diolah tahun 2022

Dari data diatas, menunjukkan bahwa responden terbanyak berjenis kelamin Perempuan sebesar 58 orang Sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki lebih sedikit sebanyak 42 orang dikarenakan perempuan yang lebih suka melakukan kegiatan belanja dari pada laki-laki.

Tabel 3. Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Prosentase
< 15th	8	8%
16th – 20 th	17	17%
21th – 25 th	25	25%

25 th - 30 th	21	21%
> 30	29	29%
total	100	100%

Sumber : Data yang diolah tahun 2022

Dari tabel 4.2 menunjukkan responden terbanyak terdapat pada usia > 30 tahun sebanyak 29 orang, usia 21th – 25 th tahun sebanyak 25 orang, usia 25 th – 30 th sebanyak 21 orang, dan pelanggan paling rendah pada usia 16th – 20 th sebanyak 17 orang, dan usia < 15th sebanyak 8 orang. Maka dapat dikatakan bahwa pelanggan pada > 30 dan usia 21th – 25th tahun paling banyak dikarenakan usia tersebut sudah mempunyai penghasilan sendiri dan menuntut banyaknya kebutuhan fasion anak muda atau untuk sekedar membelikan keluarganya.

Tabel 4. Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
Pelajar / Mahasiswa	20	20 %
Pegawai negeri sipil (PNS)	10	10 %
Wiraswasta	48	48 %
Lain-Lain	22	22 %
total	100	100 %

Sumber : Data yang diolah tahun 2022

Dapat dilihat dari tabel 4.3 di atas pelanggan terbanyak pada Toko Layla Boutique Bungah Gresik merupakan pelanggan yang mempunyai pekerjaan dalam bidang wiraswasta sebanyak 48 orang, dan selanjutnya ada dari pekerjaan lain-lain sebanyak 22 Orang, Pelajar/mahasiswa 20 orang, kemudian dari pekerjaan pegawai negeri sipil yang paling sedikit berjumlah 10 orang.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Pertanyaan	Pearson Correlation	r tabel	Keterangan
X1.1	0,219	0,195	Valid
X1.2	0,224	0,195	Valid
X1.3	0,564	0,195	Valid
X1.4	0,697	0,195	Valid
X1.5	0,531	0,195	Valid
X1.6	0,605	0,195	Valid
X1.7	0,511	0,195	Valid
X1.8	0,495	0,195	Valid
X1.9	0,646	0,195	Valid
X1.10	0,514	0,195	Valid

Sumber : Data yang diolah SPSS 22

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari pertanyaan 1-10, memperoleh hasil yang lebih besar dari nilai r tabel, yaitu 0,195 ,sehingga pertanyaan dari variabel Kualitas Pelayanan adalah valid maka pertanyaan

tersebut dapat dijadikan sebagai alat pengumpul data yang akurat untuk penelitian selanjutnya.

Table 6. Hasil Uji Validitas Harga

Pertanyaan	Pearson Correlation	r tabel	Keterangan
X2.1	0,625	0,195	Valid
X2.2	0,571	0,195	Valid
X2.3	0,693	0,195	Valid
X2.4	0,646	0,195	Valid
X2.5	0,704	0,195	Valid
X2.6	0,578	0,195	Valid
X2.7	0,678	0,195	Valid
X2.8	0,507	0,195	Valid

Sumber : Data yang diolah SPSS 22

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari pertanyaan 1-8, memperoleh hasil yang lebih besar dari nilai r tabel, yaitu 0,195, sehingga pertanyaan dari variabel harga adalah valid maka pertanyaan tersebut dapat dijadikan sebagai alat pengumpul data yang akurat untuk penelitian selanjutnya.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Pertanyaan	Pearson Correlation	r tabel	Keterangan
y1.1	0,597	0,195	Valid
y2.2	0,671	0,195	Valid
y2.3	0,747	0,195	Valid
y2.4	0,781	0,195	Valid
y2.5	0,681	0,195	Valid
y2.6	0,634	0,195	Valid

Sumber : Data yang diolah SPSS 22

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari pertanyaan 1-6, memperoleh hasil yang lebih besar dari nilai r tabel, yaitu 0,195, sehingga pertanyaan dari variabel Kepuasan Pelanggan adalah valid maka pertanyaan tersebut dapat dijadikan sebagai alat pengumpul data yang akurat untuk penelitian selanjutnya.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

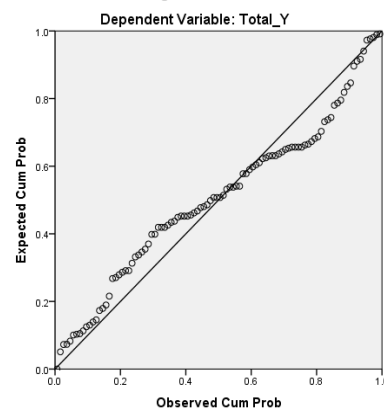
No	Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,687	0,600	Reliabel
2	Harga	0,771	0,600	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan	0,755	0,600	Reliabel

Sumber : Data yang diolah SPSS 22

Dapat dilihat dari tabel di atas, nilai hitung Cronbach Alpha dari variabel Kualitas pelayanan, Harga dan Kepuasan pelanggan mempunyai nilai lebih besar dari pada nilai Alpha. Dengan demikian semua variabel yang

digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel, sehingga dapat digunakan untuk alat untuk pengambilan data dalam penelitian selanjutnya.

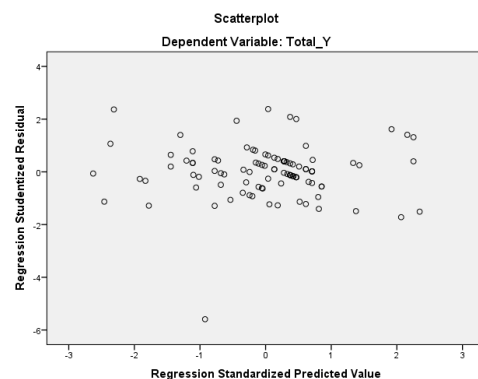
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 1. Normal P-Plot uji normalitas

Sumber : Data yang diolah SPSS 22

Berdasarkan hasil output SPSS 22 di atas, dapat dilihat dari grafik plot. Dimana gambar P-Plot terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonal dari garis normalitas sehingga dapat disimpulkan bahwa dari grafik di atas membuktikan hasil yang memenuhi Normalitas.



Gambar 2. ScatterPlot Uji Heterokedastisitas

Sumber : Data yang diolah SPSS 22

Berdasarkan hasil output di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar diantara titik nol, dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

Tabel 9. Hasil Uji Multikolonerietas

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
.987	1.014
.987	1.014

Sumber : Data yang diolah SPSS 22

Berdasarkan hasil uji diatas dapat diketahui nilai VIF (variance inflation factor) untuk Kualitas Pelayanan sebesar 1,014 dan untuk Harga, 1,014, dan dapat diketahui bahwa nilai VIF dari kedua variabel tidak melebihi batas kritis uji multikolinieritas yaitu 10,0 Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas pada data penelitian ini.

Tabel 10. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.500	3.253		.878
	Total_X1	.193	.078	.186	.016
	Total_X2	.492	.060	.624	.000

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber : Data yang diolah SPSS 22

Karena nilai regresi bernilai positif (+), maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan dan Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan sehingga di dapatkan persamaan regresinya adalah

$$Y = 0.500 + 0.193 X_1 + 0.492 X_2 + e$$

- Angka konstan dari Unstandardized Coefficients. Dalam output ini mempunyai nilai 0.500, dan mempunyai arti jika tidak ada Kualitas Pelayanan dan Harga maka nilai konsisten Kepuasan pelanggan sebesar 0.500
- Angka koefisien regresi. Nilainya sebesar 0.193, angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% tingkat Kualitas pelayanan, Maka Kepuasan pelanggan akan meningkat 0.193
- Angka koefisien regresi. Nilainya sebesar 0.492, angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% tingkat Harga, Maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat 0.492.

Tabel 11. Hasil Uji Analisis Koefisien**Determinasi****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.671 ^a	.451	.439	2.284

Sumber : Data yang diolah SPSS 22

Dapat dilihat dari tabel diatas untuk nilai dari Adjusted R Square 0,439 dapat diartikan bahwa variabel Kualitas pelayanan, Harga dapat menjelaskan tentang besar perubahan

pengaruh dari Kepuasan Pelanggan sebesar 43,9 %, sedangkan sisanya 56,1 % disebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Tabel 12. Hasil Uji t (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.500	3.253		.154	.878
	Total_X1	.193	.078	.186	2.459	.016
	Total_X2	.492	.060	.624	8.232	.000

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber : Data yang diolah SPSS 22

1. Variabel Kualitas Pelayanan

Diketahui Hasil dari pengujian Kualitas pelayanan mendapatkan hasil signifikansi t hitung sebesar 2.459 dan Sig hitung 0.16. Dan Berdasarkan hasil nilai tersebut, Nilai Sig hitung lebih kecil dari nilai batas kesalahan pada penelitian sebesar 0,05 dengan demikian, dalam pengujian ini membuktikan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan terbukti mempunyai pengaruh secara parsial terhadap Kepuasan pelanggan pada Toko Layla Boutique Bungah Gresik.

2. Variabel Harga

Diketahui Hasil dari pengujian variable harga mendapatkan hasil signifikansi sebesar 0,000. Dan Berdasarkan hasil nilai tersebut, Nilai Sig hitung lebih kecil dari nilai batas kesalahan pada penelitian sebesar 0,05. Dengan demikian, dalam pengujian ini membuktikan bahwa Variabel Harga terbukti mempunyai pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Layla Boutique Bungah Gresik.

Tabel 13. Hasil Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	414.959	2	207.479	39.771	.000 ^b
	Residual	506.031	97	5.217		
	Total	920.990	99			

Sumber : Data yang diolah SPSS 22

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai F hitung 39.771 dan Sig hitung sebesar 0.000 lebih kecil dari pada sig batas kesalahan 0,05. Ini berarti dapat menjelaskan bahwa penelitian yang terdiri dari variabel Kualitas Pelayanan dan Harga mempunyai pengaruh yang simultan atau secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Layla Boutique Bungah Gresik.

1. Berdasarkan hasil pengolahan program SPSS diperoleh hasil dari pengujian Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dengan nilai t hitung sebesar 2.459 mendapatkan hasil signifikansi sebesar 0,016. Berdasarkan hasil nilai signifikansi tersebut, Nilai Sig hitung lebih kecil dari nilai batas kesalahan pada penelitian sebesar 0,05 dengan demikian, dalam pengujian ini membuktikan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan terbukti mempunyai pengaruh secara parsial terhadap Kualitas Pelayanan pada Toko Layla Boutique Bungah Gresik. penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Dian Evi Setyaningsih (2015) yang berjudul Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Assalam Hypermarket kartasura juga memberikan hasil Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penetapan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Assalam Hypermarket Kartasura, dalam hal ini dapat diterima berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda (uji F) diketahui bahwa F hitung $> F$ tabel yaitu 19.076 > 3.947 dan nilai signifikan < 0.05 yaitu 0.000. Begitu pula dengan penelitian Thalia Claudia Mawey (2018) dengan judul Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap kepuasan nasabah PT BANK SULOTGO. dengan hasil penelitian menunjukan bahwa secara parsial dan simultan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Salutgo dan secara simultan kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Salutgo. Sugiyanto (2018) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengelolaan Usaha Koperasi Terhadap Partisipasi menurut Persepsi Anggota Koperasi Simpan Pinjam Parit Culum Jambi juga mengemukakan hal yang sama bahwa bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan pengelolaan usaha koperasi terhadap partisipasi menurut persepsi anggota Koperasi Simpan Pinjam Parit Culum. dengan nilai t sebesar 1,691 dibandingkan dengan t tabel $dk = n - 1 = 41$ maka t tabel = 1.6829, dengan sig = 0,00,

hasil uji hipotesis X_1 , X_2 terhadap Y diketahui $R^2 = 0,357$

2. Diketahui Hasil dari pengujian variable harga mendapatkan hasil signifikansi sebesar 0,000. Dan Berdasarkan hasil nilai signifikansi tersebut, Nilai Sig hitung lebih kecil dari nilai alpha pada penelitian sebesar 0,05. Dengan demikian, dalam pengujian ini membuktikan bahwa Variabel Harga terbukti mempunyai pengaruh secara parsial terhadap Kualitas Pelayanan pada Toko Layla Boutique Bungah Gresik. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Ahmad Muzakki (2013) dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Pencucian Mobil Levi Auto Semarang) dengan mendapatkan hasil penelitian Variabel Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga secara Simultan dan Parsial berpengaruh secara Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, penelitian Yusnani Endang Sutrisna (2018) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pengguna jasa Umroh pada PT. Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru yang memperoleh hasil Dalam penelitian tersebut menggunakan analisis liner berganda dengan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan dan penentuan harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru dengan perhitungan koefisien determinasi (R^2) kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan nilai R^2 adalah 0,565 atau 56,5 % dan penentuan harga terhadap kepuasan pelanggan nilai R^2 adalah 0,339 atau 33,9 %.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

1. Hasil dari pengujian Kualitas pelayanan mendapatkan hasil Nilai Sig hitung lebih kecil dari nilai alpha pada penelitian dengan demikian, bahwa Variabel Kualitas Pelayanan terbukti mempunyai pengaruh

- secara parsial terhadap Kualitas Pelayanan pada Toko Layla Boutique Bungah Gresik.
2. Hasil dari pengujian variable harga pada uji t, , Nilai Sig hitung lebih kecil dari nilai alpha pada penelitian. Dengan demikian, bahwa Variabel Harga terbukti mempunyai pengaruh secara parsial terhadap Kualitas Pelayanan pada Toko Layla Boutique Bungah Gresik.
 3. Hasil dari uji F, nilai F hitung lebih kecil dari pada sig alpha sebesar Ini berarti dapat menjelaskan secara simultan penelitian yang terdiri dari variabel Kualitas Pelayanan dan Harga mempunyai pengaruh yang simultan atau secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pada Toko Layla Boutique Bungah Gresik.
 4. Dapat dilihat dari uji koefisien determinasi diperoleh bahwa variabel Kualitas pelayanan, Harga berpengaruh ke Kepuasan Pelanggan sebesar 43,9 %, sedangkan sisanya 56,1 % disebabkan oleh variabel lain yang tidak di teliti pada penelitian ini.

SARAN

Jadi kesimpulan dari hasil penelitian di atas, maka ada beberapa saran ataupun masukan bagi pengelola Toko Layla Boutique Bungah Gresik bagi maupun bagi peneliti yang akan datang.

1. Bagi pengelola Toko Layla Boutique Bungah Gresik
 - a. Diharapkan pengelola Toko Layla Boutique Bungah Gresik mampu mempertahankan kualitas pelayanan dalam variabel kehandalan, memberikan solusi atas keluhan anggota dengan menyelesaikan tepat waktu sehingga anggota merasa puas
 - b. Diharapkan para pegawai dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan konsistensi dalam melayani anggota untuk mempertahankan Kepuasan pelanggan dan akan menyebabkan pembelian kembali di masa yang akan datang
2. Bagi peneliti selanjutnya
Untuk penelitian selanjutnya lebih difokuskan ke variabel lainnya seperti

variabel produk, place/lokasi, Promosi yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada Toko Layla Boutique Bungah Gresik selain variable harga dan kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Depok : Rajawali Pers
- Anatan, Lina dan Lena Ellitan. 2009. *Manajemen Inovasi (Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia)*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Bob Sabran. Erlangga. Jakarta. Kotler, P. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa: A.B. Susanto. Jilid. 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Daryanto. Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta : Gava Media Erlangga.
- Evi Setyaningsih. Dian. 2015. *Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Assalam Hypermarket Kartasura*. Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.
- Fitzsimmons. James A dan Mona J Fitzsimmons. 2006. *Service Management (Operational, Strategy, Information, Technology)*. New York : Megraw-Hil International Edition
- Fandi, Tjiptono. Gregorius Chandra 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas. Diponegoro.
- Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 22*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Haryadi Sarjono. Winda Julianita. 2011. *SPSS vs LISREL sebuah pengantar. Aplikasi untuk riset*. Jakarta : Salemba Empat.

<https://www.spssindonesia.com/2014/02/download-distribusi-nilai-tabel.html>

- Kotler dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13*. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, dan Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi. Rambat dan Hamdani. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Muzakki Ahmad. 2013. *Analiss Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada pencucian Mobil Levi Auto Semarang)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Digital Library : Universitas Diponegoro.