

Cek Plagiasi full artikel

by Imam Mustain Ibror Semeabb

Submission date: 21-Aug-2022 10:09AM (UTC-0400)

Submission ID: 1884983490

File name: FULLPAPER_SEMEABB-3.doc (238.5K)

Word count: 2967

Character count: 19426

Intended publication: SEMEABB

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA IBROR SABLON

Ism Mustain Ibror
Prodi Manajemen
Universitas Nusantara PGRI Kediri

*Corresponding author:

Ism Mustain Ibror
Prodi Manajemen
Universitas Nusantara PGRI Kediri

*Corresponding author:
E-mail: imamibror@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi harga produk, kualitas produk, dan kualitas layanan yang menjadi aspek *selling value* bagi sebuah usaha jasa sablon pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Permasalahan penelitian ini adalah bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan, bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan, bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan, bagaimana pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang didukung dengan kualitatif. Penelitian bertempat di Ibror Sablon Kediri, Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada responden. Dalam penelitian ini jumlah populasi yang digunakan adalah seluruh pelanggan Ibror Sablon. Jumlah kelayakan sample penelitian yang digunakan diperoleh berdasarkan rumus *slovin* dengan nilai presepsi 10% (0,1) dan dari 100 konsumen (pelanggan) penulis menetapkan 100 responden, jenis penentuan sampel yang digunakan adalah *purposiv sampling* yaitu responden dipilih langsung berdasarkan pertimbangan tertentu, sedangkan dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode kuisisioner (angket) dan metode dokumentasi. Kesimpulan hasil penelitian ini adalah (1) Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (2) Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (3) kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (4) Harga, kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Ibror Sablon Kediri.

Keywords harga, kualitas produk, kualitas layanan, kepuasan konsumen

Pendahuluan

Di era serba digital, persaingan bisnis semakin ketat dan semakin luas, membuat berbagai perusahaan berlomba-lomba merebut dan mempertahankan pangsa pasarnya. Dalam hal ini salah satu sektor yang masuk dalam dunia usaha khususnya fashion adalah usaha sablon. Bisnis sablon kaos merupakan usaha yang menarik untuk saat ini, mengingat kaos akan selalu dicari dan dibeli oleh masyarakat. Kaos adalah salah satu jenis pakaian yang tidak habis termakan zaman. Jika di dunia fashion terdapat mode tahunan yang berubah-ubah dari segi corak dan bentuk pakaian dibuat, hal tersebut tidak mempengaruhi keberadaan dari kaos. Sehingga sampai kapanpun kaos masih memiliki pembeli tetap.

Kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik setelah merasakan keunggulan produk (Tjiptono, 2016). Konsumen memiliki peluang yang luas untuk mendapatkan produk/ jasa dengan sederet pilihan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Untuk itu konsentrasi pemasaran produk/ jasa tidak lagi sekedar sampai ke tangan konsumen akan tetapi lebih fokus agar produk/ jasa tersebut sesuai dengan permintaan konsumen. Apabila permintaan konsumen terpenuhi maka kepuasan konsumen dapat tercapai. Tercapainya kepuasan konsumen yang pada akhirnya otomatis akan mendorong konsumen menjadi loyal terhadap produk/ jasa yang dimiliki perusahaan (Setiadi, 2008). Banyak hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Ibror Sablon Kediri. Pada penelitian ini merumuskan variabel yang diteliti pada harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Sebagian besar penelitian membuktikan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dilakukan konsumen, harga yang sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, tentunya akan menciptakan kepuasan bagi konsumen (Nurfajrani J, 2021). Selain harga, faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan faktor teramat penting bagi perusahaan, terutama perusahaan yang bergerak di bidang jasa dimana hal ini fisik produknya ditunjang oleh fasilitas yang sesuai dengan kemajuan teknologi (Kotler & Keller, 2009). Selain harga dan kualitas produk, kepuasan konsumen juga dipengaruhi kualitas layanan. Kualitas layanan menjadi salah satu faktor dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Banyak perusahaan yang melupakan faktor penting ini di dalam memasarkan produknya. Semakin tinggi tingkat kualitas, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dihasilkan (Nurfajrani J, 2021). Penjelasan di atas, menarik penulis untuk melakukan penelitian mendalam mengenai harga produk, kualitas produk, dan layanan yang menjadi aspek *selling value* bagi sebuah usaha jasa sablon pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen (Prasetio, 2012). Karena kepuasan konsumen akan banyak memberikan dampak positif bagi kelangsungan hidup sebuah bisnis termasuk usaha sablon salah satunya Ibror Sablon. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang masih cukup baru dan harus memahami kondisi sehingga mampu bersaing pada pangsa pasar sablon kaos yang saat ini tidak hanya melakukan promosi secara offline, namun juga banyak sekali di media sosial, platform e-commerce, dan media digital lainnya. Masalah pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Ibror Sablon?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Ibror Sablon?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Ibror Sablon?
4. Apakah harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Ibror Sablon?

Untuk dapat menjawab rumusan masalah pada penelitian ini, berikut penjelasan tentang variabel dan indikator yang digunakan untuk mengukur pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Ibror Sablon.

Tabel 1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Harga (X1)	Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah kaos sablon yang diproduksi Ibror Sablon.	1. Kesesuaian Harga Produk dengan Kualitas Produk 2. Daftar Harga 3. Potongan Harga 4. Harga Yang Dipersepsikan	Skala likert 1-5
Kualitas Produk (X2)	Kemampuan produk Ibror Sablon dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen	1. Produknya bermacam-macam 2. Obyek barang berkualitas 3. Produk di kemas rapi	Skala likert 1-5
Kualitas Layanan (X3)	Kualitas merupakan keseluruhan ciri-ciri dan katakteristik dari produk Ibror Sablon atau jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat tetap.	1. Informasi layanan 2. Kehandalan dalam bekerja 3. Daya tanggap permintaa 4. Komitmen dalam pelayanan 5. Tersohor dalam pelayanan	Skala likert 1-5
Kepuasan Konsumen (Y)	¹⁴ Perasaan senang atau kekecewaan seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja produk Ibror Sablon dengan harapan-harapannya.	³³ 1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan 2. Konfirmasi Harapan berkunjung 3. Minat Pembelian Ulang 4. Kesiediaan untuk Merekomendasi	Skala likert 1-5

Metode Penelitian

³ Sesuai dengan rumusan masalah, tujuan penelitian dan hipotesis penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian kausal komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menu¹¹ukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Penelitian kausal komparatif merupakan penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara dua varia¹⁵ atau lebih. Dalam penelitian ini variabel independen (adalah yang mempengaruhi) yakni harga (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas layanan (X3) terhadap variabel dependen (yang dipengaruhi) yakni kepuasan konsumen (Y). Hubungan atau pengaruh variabel-variabel tersebut akan dianalisa dengan menggunakan uji statistic regresi linier berganda.

Penelitian ini dilakukan di Ibror Sablon yang beralamat di Dsn.Bolawen, Ds. Sambirejo, Kec. Banyakan. Adapun objek yang diteliti ad³⁰ Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan (Sablon) Terhadap Kepuasan Konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada responden. Penelitian dilakukan selama 6 bulan dimulai pada bulan Januari-Juni 2022. Sampel penelitian ini diambil dengan teknik slovin dan diperoleh jumlah 100 responden. Sumber data penelitian ini diperoleh dari data primer berupa penyebaran kuesioner dan wawancara singkat dengan responden serta dari data sekunder dengan melihat dokumen-dokumen penjualan Ibror Sablon serta profil usahany³⁹

Teknik analisis data sesuai pendekatan yang digunakan yaitu kuantitatif maka menggunakan analisis regres⁴¹ near berganda dengan tahapan sebagai berikut :

1. Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas
2. Uji asumsi klasik untuk memastikan model regresi normal melalui uji normalitas, bebas dari multikolinearitas dengan uji multikolinearitas, dan bebas dari heterokedastisitas menggunakan uji heterokedastisitas.
3. Uji regresi linear berganda

4. Uji koefisien detriminasi
5. Uji hipotesis

⁷ Hipotesis penelitian ini diduga ada pengaruh baik secara parsial maupun secara simultan variabel ²² harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Pengujian hipotesis secara parsial menggunakan uji t, sedangkan uji hipotesis secara simultan menggunakan uji F dengan taraf signifikansi 0,05. Jika hasil uji hipotesis diperoleh nilai pengujian lebih kecil ⁵⁵ dari 0,05 maka dapat hipotesis diterima, sebaliknya jika hasil uji hipotesis diperoleh nilai pengujian lebih besar dari 0,05 maka dapat hipotesis ditolak.

Analisis Data dan Pembahasan

1. Analisis Deskriptif Responden

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik responden konsumen Ibror Sablon yang meliputi jenis usia, jenis kelamin, dan pekerjaan. Karakteristik responden tersebut diperoleh dari kuesioner yang telah diisi oleh responden, yaitu konsumen Ibror Sablon. Distribusi frekuensi dari karakteristik masing-masing responden dijelaskan pada tabel berikut :

¹⁰ **Tabel 2**
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase (%)
20-30 tahun	62	62
31-40 tahun	28	28
40-50 tahun	²⁵ 10	10
	100	100

Sumber : data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2 di atas, dari 100 orang responden dapat dilihat bahwa sebanyak 62 orang (62%) berusia 20-30 tahun, sebanyak 28 orang (28%) berusia 31-40 tahun dan sebanyak 10 orang (10%) adalah berusia 40-50 tahun.

²³ **Tabel 3**
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
Laki-laki	22	22
Perempuan	78	⁴³ 78
	100	100

Sumber : data primer diolah, 2022

Dari tabel 3 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 22 konsumen (22%) dan perempuan sebanyak 78 konsumen (78%).

2. Deskripsi Variabel Penelitian

⁹ Deskripsi variabel menjelaskan secara deskriptif mengenai variabel independen/bebas dan variabel dependen/terikat. Berikut penjelasan secara deskriptif hasil jawaban atau tanggapan responden terkait variabel penelitian yaitu harga, kualitas produk, kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen yang dibahas peneliti.

a. Deskripsi Variabel Harga

Tabel 4
Deskripsi Nilai Rata-rata Variabel Harga

Indikator	Nilai Rata-Rata	Kategori
Kesesuaian harga produk dengan kualitas produk	62 %	Baik
Daftar harga	62%	Baik
Potongan harga	55 %	Baik
Harga yang dipersepsikan	55 %	Baik
Harga	58,5 %	Baik

Sumber : Data primer diolah 2022

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai rata-rata tertinggi pada Kesesuaian harga produk dengan kualitas produk yaitu sebesar 62 % yang bermakna, responden cenderung setuju apabila harga di ibror sablon Kediri terjangkau, sesuai minat orang, sedangkan persepsi responden yang paling rendah pada potongan harga yaitu sebesar 55 % yang bermakna, responden cenderung setuju apabila syarat pembayarannya tunai, cara pembayarannya mudah, dan potongan harga pada even tertentu. Dengan demikian, berdasarkan nilai rata-rata pada harga dinilai baik oleh responden dengan nilai rata-rata sebesar 58,5% .

b. Variasi Kualitas Produk

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan kualitas produk adalah kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk, yang memenuhi keinginan pelanggan, dengan demikian suatu produk dapat dikatakan berkualitas apabila dapat memenuhi keinginan pelanggan.

Tabel 5
Deskripsi Nilai Rata-rata Variabel Kualitas Produk

Indikator	Nilai Rata-Rata	Kategori
Produknya bermacam-macam	42	Baik
Obyek barang berkualitas	60	Baik
Produk di kemas rapi	65	Baik
Kualitas Produk	55,6	Baik

Sumber : Data primer diolah 2022

Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai rata-rata tertinggi pada produk dikemas rapi yaitu sebesar 65 yang bermakna, responden cenderung setuju apabila Obyek barang berkualitas, sedangkan persepsi responden yang paling rendah pada Produknya bermacam-macam yaitu sebesar 42 yang bermakna, responden cenderung setuju apabila Produk bermacam-macam. Dengan demikian, berdasarkan nilai rata-rata pada kualitas produk dinilai baik oleh responden dengan nilai rata-rata sebesar 55,6

c. Variabel ⁸ Kualitas Layanan

⁴ Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan kualitas layanan adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen dengan tujuan agar konsumen mau membeli dan mengonsumsi barang atau jasa di ibror sablon kediri

²¹ Nilai rata-rata pada variabel kualitas layanan dari lima indikator secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel 6 di bawah ini :

Tabel 6
Deskripsi Nilai Rata-rata Variabel Kualitas Layanan

Indikator	Nilai Rata-Rata	Kategori
Informasi layanan	63	Baik
Kehandalan dalam bekerja	60	Baik
Daya tanggap permintaan	70	Baik
Komitmen dalam pelayanan	66	Baik
Tersohor dalam pelayanan	72	Baik
Kualitas Layanan	66,2	Baik

Sumber : Data primer diolah 2022

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai rata-rata tertinggi pada tersohor dalam pelayanan di Ibror Sablon yaitu sebesar 72 % yang bermakna, responden cenderung setuju bahwa pelayanan di Ibror Sablon sudah baik, sedangkan persepsi responden yang paling rendah pada informasi layanan yaitu sebesar 63 % yang bermakna, responden cenderung setuju apabila Ibror sablon memberikan informasi dalam pelayanan. Dengan demikian, berdasarkan nilai rata-rata pada kualitas pelayanan dinilai baik oleh responden dengan nilai rata-rata sebesar **66,2**.

d. Variabel ⁶⁷ Kepuasan Konsumen

⁶ Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa. Adapun jawaban responden tentang variabel kepuasan konsumen

Tabel 7
Deskripsi Nilai Rata-rata Variabel Kepuasan Konsumen

Indikator	Nilai Rata-Rata	Kategori
Kepuasan pelanggan keseluruhan	66	Baik
Konfirmasi Harapan	70	Baik
Minat Pembelian ulang	72	Baik
Kesediaan untuk merekomendasikan	66	Baik
Kepuasan Konsumen	68,5	Baik

Sumber : Data primer diolah 2022

Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai rata-rata tertinggi pada Kepuasan konsumen keseluruhan yaitu sebesar 72% yang bermakna, responden cenderung setuju apabila responden berminat berkunjung kembali karena pelayanan Ibror Sablon memuaskan, sedangkan persepsi responden yang paling rendah pada kepuasan secara keseluruhan dan kesediaan merekomendasikan kembali yaitu sebesar 66% yang bermakna, responden cenderung setuju merekomendasikan Ibror Sablon kepada orang lain. Dengan demikian, berdasarkan nilai rata-rata pada kepuasan konsumen dinilai baik oleh responden dengan nilai rata-rata sebesar 68,5.

Nilai rata-rata dari keseluruhan variabel dapat dilihat pada tabel 8 dibawah ini :

Tabel 8
Deskripsi Nilai Rata-Rata dari empat variabel

Variabel	Nilai Rata-Rata	Kategori
Harga	58,5	Baik
Kualitas Produk	55,6	Baik
Kualitas Layanan	66,2	Baik
Kepuasan Konsumen	68,5	Baik

Sumber : data primer diolah 2022

Dari tabel 8 di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel mendapat penilaian baik dari konsumen Ibror Sablon Kediri.

3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Sebelum melakukan uji regresi, sudah dipastikan data distribusi normal, bebas heterokedastisitas dan multikolinearitas melalui uji asumsi klasik. Dari uji regresi linear berganda didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

$$Y = 24,08 - 25,27X_1 + 22,75X_2 + 24,58X_3$$

$a = 24,08$ artinya apabila harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan kualitas layanan (X_3) diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali ($= 0$) maka kepuasan konsumen adalah sebesar 24,58 satuan atau sebesar 24,58%

$b_1 = -25,27$; artinya apabila harga (X_1) naik 1 satuan, sedangkan kualitas produk (X_2), dan kualitas layanan (X_3) tetap maka kepuasan konsumen adalah sebesar $- 25,27$ satuan atau turun sebesar 25,27%

$b_2 = 22,75$; artinya apabila kualitas produk (X_2) naik 1 satuan, sedangkan harga (X_1), dan kualitas layanan (X_3) tetap maka kepuasan konsumen adalah sebesar 22,75satuan atau naik sebesar 22,75%.

$b_3 = 24,08$; artinya apabila kualitas layanan (X_3) naik 1 satuan, sedangkan harga (X_1), dan kualitas produk (X_2) tetap maka kepuasan konsumen naik sebesar 24,08 satuan atau sebesar 24,08 %.

29
4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.987 ^a	.974	.973	.08184	1.879

a. Predictors: (Constant), harga, kualitas produk, kualitas layanan

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber : data primer diolah 2022

15
Koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh harga (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas layanan (X3) dengan kepuasan konsumen (Y), nilai R-Square=0,974 menunjukkan besarnya pengaruh harga (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas layanan (X3) dengan kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 97,4%. Berarti²⁴ masih ada pengaruh variabel lain sebesar 2,6% yang mempengaruhi kepuasan konsumen tetapi tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. Hasil Uji Hipotesis

Tabel 10
Hasil Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.24,08	.090		-.545	.588		
harga	-.25,27	.055	.513	8.669	.000	.059	6.309
Kualitas produk	.22,75	.110	.257	2.346	.003	.046	2.616
Kualitas layanan	24,58	.086	.773	9.221	.000	.079	2.632

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11.747	3	3.916	584.610	.000 ^a
	Residual	.308	100	.007		
	Total	12.055	100			

a. Predictors: (Constant), harga, kualitas produk, kualitas layanan

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber : data primer diolah 2022

7
a. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan⁵⁶ Konsumen.

Berdasarkan analisis uji t menunjukkan bahwa harga secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai signifikansi⁶⁸ dibawah 0,05. Hal ini mendukung penelitian sebelumnya yaitu penelitian Indah (2015) bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kotler (2005) dalam Fardiani (2013), menjelaskan bahwa harga merupakan usaha pemasaran yang memberikan berbagai upaya intensif jangka

pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Pada penelitian ini nilai koefisien harga bertanda negatif, artinya ada hubungan yang berlawanan dimana jika harga naik maka kepuasan konsumen akan menurun. Nilai koefisien harga juga paling tinggi menunjukkan harga berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen Ibror Sablon dibandingkan kualitas produk dan kualitas pelayanan.

1
b. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan analisis uji t menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Hal ini mendukung penelitian sebelumnya yaitu penelitian Agustina (2013) dan Indah (2015) bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Spreng et al. (1996) dalam Mulyono et al (2007: 92), menyatakan bahwa suatu produk dapat memuaskan konsumen bila dinilai dapat memenuhi atau melebihi keinginan dan harapannya. Kualitas juga merupakan hal yang paling mendasar dari kepuasan konsumen dan kesuksesan dalam bersaing.

30
c. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan analisis uji t menunjukkan bahwa kualitas layanan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Hal ini mendukung penelitian sebelumnya yaitu penelitian Nurhayati (2015) bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Setiawan (2008) dalam Napian (2013 :113) yang meneliti tentang pentingnya kualitas layanan sebagai pembentuk komitmen dalam konsep *relationship marketing* yang memberikan penjelasan tentang kualitas layanan. Dalam penelitian tersebut kualitas layanan memberikan jangka waktu hubungan konsumen dengan penyedia jasa, artinya semakin seorang percaya pada sebuah merek maka ia mempunyai komitmen untuk melakukan hubungan jangka panjang dengan penyedia barang atau jasa.

1
d. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan analisis uji F menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas yakni harga, kualitas produk, dan kualitas layanan secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Hal ini mendukung penelitian sebelumnya yaitu penelitian Indah (2015). Menurut Kotler (2000:355), dengan melakukan bauran pemasaran yang tetap yaitu meliputi harga, kualitas produk dan kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun yang menjadi tolak ukur kepuasan pelanggan lebih pada harga, kualitas produk dan kualitas layanan.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Ibror Sablon Kediri.
2. Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Ibror Sablon Kediri.
3. Kualitas Layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Ibror Sablon Kediri.
4. Harga, kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Ibror Sablon Kediri.

Daftar Pustaka

- Kotler, P., & Keller, K. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Nurfajrani J, A. (2021). *PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINYAK GORENG BIMOLI PADA KHEYLA MART DI KECAMATAN BARAKA KABUPATEN ENREKANG*. Universitas Muhammadiyah Makasar.
- Setiadi, N. J. (2008). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana Prenada Media Group.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A, 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua, Salemba Empat, Jakarta
- Lovelock, C. (n.d.). Wirtz J Dan Mussry J.(2010). *Pemasaran Jasa. Manusia Teknologi Strategi Perspektif Indonesia Jilid 1 Edisi Ketujuh*. (online), tersedia: (<http://repository.stie-mce.ac.id/1115/>), diunduh 27 Desember 2021
- Prasetio, Ari. 2012, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan, Manajemen Analisis Jurnal*. Vol. 4, No. 14

Cek Plagiasi full artikel

ORIGINALITY REPORT

29%

SIMILARITY INDEX

27%

INTERNET SOURCES

18%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	1%
2	manajemen.upy.ac.id Internet Source	1%
3	islamicmarkets.com Internet Source	1%
4	publication.gunadarma.ac.id Internet Source	1%
5	www.researchgate.net Internet Source	1%
6	www.sudirmanlira.com Internet Source	1%
7	www.jurnalekonomi.unisla.ac.id Internet Source	1%
8	theses.iainponorogo.ac.id Internet Source	1%
9	ojs.unik-kediri.ac.id Internet Source	1%

10	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1 %
11	jurnal.widyamanggala.ac.id Internet Source	1 %
12	silvia.staff.gunadarma.ac.id Internet Source	1 %
13	www.coursehero.com Internet Source	1 %
14	journal.ustjogja.ac.id Internet Source	1 %
15	jurnal-sosioekotekno.org Internet Source	1 %
16	jurnal.untagsmg.ac.id Internet Source	1 %
17	Submitted to Universitas PGRI Semarang Student Paper	1 %
18	ejurnal.poliban.ac.id Internet Source	1 %
19	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	<1 %
20	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	<1 %

21	Submitted to University of South Australia Student Paper	<1 %
22	a-research.upi.edu Internet Source	<1 %
23	ejournal.umm.ac.id Internet Source	<1 %
24	ojs.stiami.ac.id Internet Source	<1 %
25	repository.ibs.ac.id Internet Source	<1 %
26	Submitted to unars Student Paper	<1 %
27	Submitted to Rochester Adams High School Student Paper	<1 %
28	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
29	e-journal.unmuhkupang.ac.id Internet Source	<1 %
30	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source	<1 %
31	qdoc.tips Internet Source	<1 %
32	Muhamad Rifa'i, Kalista Siska Elisa, Retno Ayu Dewi Novitawati. "Produk dan Lokasi	<1 %

Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Harga Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Konsumen Pasar Tradisional", Jurnal Sains Sosio Humaniora, 2020

Publication

33

Submitted to Udayana University

Student Paper

<1 %

34

repository.syekhnurjati.ac.id

Internet Source

<1 %

35

repository.widyatama.ac.id

Internet Source

<1 %

36

Putuhena Zulmianita, Andi Faisal Bahari. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA ANGKUTAN ONLINE (GrabCar) DI KOTA MAKASSAR", PARADOKS : Jurnal Ilmu Ekonomi, 2019

Publication

<1 %

37

Sunarto Sunarto. "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO KERAJINAN KULIT KARTIKA MAGETAN", EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya, 2015

Publication

<1 %

38

Submitted to Universitas Pamulang

Student Paper

<1 %

39 Wulan Puspitasari, Erry Sunarya, Asep M Ramdan. "Analisis Store Image dan Service Quality dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen", Journal of Management and Bussines (JOMB), 2019
Publication <1 %

40 digilib.iain-palangkaraya.ac.id
Internet Source <1 %

41 jimfeb.ub.ac.id
Internet Source <1 %

42 repository.iainkudus.ac.id
Internet Source <1 %

43 repository.unwim.ac.id
Internet Source <1 %

44 repository.ut.ac.id
Internet Source <1 %

45 www.syekhnurjati.ac.id
Internet Source <1 %

46 dediharmoko88.blogspot.com
Internet Source <1 %

47 ejournal.iainkendari.ac.id
Internet Source <1 %

48 eprints.iain-surakarta.ac.id
Internet Source <1 %

49	jurnal.unej.ac.id Internet Source	<1 %
50	jurnal.unipasby.ac.id Internet Source	<1 %
51	Afifah Afifah. "PENGARUH DINNING ATMOSFER DAN LABEL REKOMENDASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN", Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis, 2020 Publication	<1 %
52	Submitted to Cedar Valley College Student Paper	<1 %
53	Iranita Iranita. "Pengaruh Service Quality Dan Customer Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Maskapai Penerbangan Lion Air (Studi Kasus Bandara Internasional Raja Haji Fisabilillah Tanjungpinang)", Bahtera Inovasi, 2021 Publication	<1 %
54	Ni Putu Yuli Tresna Dewi, Dewa Nyoman Usadha, Dhia Kamala. "Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Jasa Marga Bali Tol", Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium, 2022 Publication	<1 %
55	akuntansi.pnp.ac.id Internet Source	<1 %

56	eprints.dinus.ac.id Internet Source	<1 %
57	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
58	garudaprima23.wordpress.com Internet Source	<1 %
59	repository.dharmawangsa.ac.id Internet Source	<1 %
60	repository.its.ac.id Internet Source	<1 %
61	repository.stienobel-indonesia.ac.id Internet Source	<1 %
62	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
63	www.ibn.ac.id Internet Source	<1 %
64	www.neliti.com Internet Source	<1 %
65	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
66	yogietlk.blogspot.com Internet Source	<1 %
67	Arys Firmansyah. "PENGARUH PRODUK, HARGA DAN LOKASI KEPUASAN KONSUMEN	<1 %

SERTA NIAT PEMBELIAN ULANG PADA PRODUK GADAI EMAS IB BAROKAH DI BANK JATIM CABANG SYARIAH SURABAYA", Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri, 2020

Publication

68

ELLA ISDA ALFA SETIA DIATY. "PENGARUH HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUMAHAN PONDOK PERMATA SUCI GRESIK", MANAJERIAL, 2018

Publication

<1 %

69

Nur Laely, Djunaedi Djunaedi, Dea Rosita. "Pengaruh Customer Relationship Marketing dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan : Studi Konsumen McDonald's Kediri", Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri, 2020

Publication

<1 %

70

Siti Puti Fauziah Hilman, Novi Marlena. "PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN PERSEPSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RM KHAS SUNDA MANG ENGKING JUANDA DI JAWA TIMUR", Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen, 2020

Publication

<1 %

71

Ardiansyah Japlani, Fitriani Fitriani, Siti Mudawamah. "PENGARUH KUALITAS

<1 %

PELAYANAN, KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA CABANG BMT
FAJAR METRO PUSAT", FIDUSIA : JURNAL
KEUANGAN DAN PERBANKAN, 2020

Publication

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On