



PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CV TEKNIK MITRA MANDIRI

Adela Firza¹, Fahmi Sulaiman²

¹Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

²Program Studi Manajemen Perusahaan, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan, Indonesia

e-mail: [1adelafirza96@gmail.com](mailto:adelafirza96@gmail.com), [2fahmisulaiman@stimsukmamedan.ac.id](mailto:fahmisulaiman@stimsukmamedan.ac.id)

Abstrak

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan terhadap CV. Teknik Mitra Mandiri. Salah satu hal yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan ialah kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Maka dari itu, penulis ingin mengidentifikasi masalah tersebut. Metode yang digunakan adalah Kuantitatif dengan rumus Slovin. Sampel penelitian ini adalah 34 responden dari populasi sebanyak 50 pelanggan. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Teknik Mitra Mandiri. Kualitas pelayanan mempunyai korelasi kuat dengan kepuasan pelanggan CV. Teknik Mitra Mandiri. Kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Teknik Mitra Mandiri adalah sebesar 45,7%, sementara sisanya sebesar 54,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dengan modal penelitian unu modal regresi linier sederhana yang berbentuk antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam penelitian ini adalah $Y = 6,066 + 0,570 X_1 + 0,330 X_2$ atau harga dan kepuasan pelanggan $Y = 6,066 + 0,570 X_1 + 0,330 X_2$ kualitas pelayanan.

Kata kunci : Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.

Abstract

This research aims to find out the level of customer satisfaction with CV. Teknik Mitra Mandiri. One of the things that influences the level of customer satisfaction is the quality of service provided by the company. Therefore, the author wants to identify this problem. The method used is quantitative with the Slovin formula. The sample for this research was 34 respondents from a population of 50 customers. Data collection uses a questionnaire. Based on the research results, it can be concluded that service quality has a significant effect on customer satisfaction at CV. Teknik Mitra Mandiri. Service quality has a strong correlation with customer satisfaction CV. Teknik Mitra Mandiri. Contribution of service quality to customer satisfaction at CV. Teknik Mitra Mandiri is 45.7%, while the remaining 54.3% is influenced by other variables which were not researched with research capital, namely simple linear regression in the form of service quality and customer satisfaction in this research, which is $Y = 6.066 + 0.570 X_1 + 0.330 X_2$ or price and customer satisfaction $Y = 6.066 + 0.570 X_1 + 0.330 X_2$ service quality.

Keywords : Price, Service of Quality and Customer Satisfaction.

I. PENDAHULUAN

a. Latar Belakang Masalah

Jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan, semakin berkualitas

produk dan jasa yang diberikan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian dimana alternative yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pelanggan.



Harga adalah salah satu dari bauran pemasaran yang mempunyai peran penting dan menjadi salah satu pertimbangan utama bagi sebagian besar konsumen dalam mengukur kepuasannya terhadap produk yang ditawarkan. Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lainnya.

Cv. Teknik Mitra Mandiri adalah perusahaan yang beroperasi di industry yang kompetitif. Untuk tetap unggul dalam persaingan perusahaan perlu menawarkan layanan berkualitas tinggi yang dapat memenuhi dan melampaui harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah kunci dalam kesuksesan bisnis. Pelanggan yang puas cenderung menjadi pelanggan setia dan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Di Cv. Teknik Mitra Mandiri masih ada mendapatkan keluhan terhadap konsumen mengenai kualitas pelayanan yang diberikan karyawannya. Maka dari itu perusahaan akan selalu mengoreksi dan memperbaiki kesalahan yang telah dibuat. Tetapi Cv. Teknik Mitra Mandiri selalu memberikan layanan yang cepat dan responsif, dan berkualitas kepada pelanggannya.

Pengaruh kualitas pelayanan juga membantu perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional. Dengan mengetahui area yang perlu diperbaiki, perusahaan dapat mengurangi biaya dan waktu yang dihabiskan untuk menyediakan layanan.

Reputasi perusahaan sangat tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan. Reputasi yang baik dapat

meningkatkan kepercayaan pelanggan dan menarik pelanggan baru.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan, Citra terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Teknik Mitra Mandiri”**.

b. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh persial terhadap kepuasan pelanggan di Cv Teknik Mitra Mandiri?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh persial terhadap kepuasan pelanggan di Cv Teknik Mitra Mandiri?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Cv Teknik Mitra Mandiri?

c. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga secara persial terhadap kepuasan pelanggan di Cv Teknik Mitra Mandiri.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara persial terhadap kepuasan pelanggan di Cv Teknik Mitra Mandiri.
3. Untuk mengetahui harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Cv Teknik Mitra Mandiri.

d. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh manfaat baik berupa manfaat teori maupun manfaat praktis.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori



a. Harga

Menurut Effendi dalam Aeny (2019), Harga adalah sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

b. Indikator Harga

Indikator-indikator harga menurut Anwar (2020), yaitu :

1. Harga yang sesuai manfaat

Harga yang sesuai manfaat mengacu pada harga yang dibayar oleh pelanggan yang sebanding dengan manfaat atau nilai yang mereka peroleh dari suatu produk atau layanan.

2. Persepsi harga dan manfaat

Persepsi harga dan manfaat adalah bagaimana pelanggan menilai hubungan antara harga yang mereka bayar dengan manfaat atau keuntungan yang mereka dapatkan dari produk atau layanan.

3. Harga barang terjangkau

Harga barang terjangkau mengacu pada harga suatu produk yang berada dalam jangkauan kemampuan finansial konsumen atau pasar sasaran. Produk yang harganya terjangkau dianggap wajar dan tidak memberatkan pelanggan untuk membelinya.

4. Persaingan harga

Persaingan harga merujuk pada situasi di mana beberapa perusahaan atau penyedia produk bersaing dengan menawarkan harga yang lebih menarik atau lebih rendah dibandingkan pesaing mereka untuk menarik pelanggan.

5. Kesesuaian harga dan kualitasnya

Kesesuaian harga dan kualitasnya mengacu pada keselarasan antara harga yang dibayar dengan kualitas produk atau layanan yang diterima oleh pelanggan. Jika harga yang dibayar sebanding dengan kualitas yang diterima, pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, jika kualitas produk atau

layanan tidak memenuhi ekspektasi yang dibangun oleh harga yang ditawarkan, pelanggan akan merasa kecewa.

c. Kualitas Pelayanan

Menurut Hermawan dalam Siti Solikha (2020) menyimpulkan bahwa “kualitas layanan merupakan rangkaian bentuk istimewa dari suatu produksi atau pelayanan yang dapat memberikan kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat”.

d. Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator-indikator kualitas pelayanan menurut atmaja dalam Lestari, Rahayu, dan Safitri (2022), yaitu :

1. Bukti nyata

Kapasitas yang dimiliki oleh suatu perusahaan guna mengarahkan eksistensi pada infrastruktur fisik, kemampuan alat, penampilan, eksternal perusahaan dan situasi suasana sekeliling yaitu kesaksian yang jelas mengenai pelayanan pelayanan yang pemberi layanan berikan telah mengikuti peralatan, perlengkapan hingga fasilitas fisik yang digunakan untuk menunjang penampilan karyawannya.

2. Keandalan

Kapasitas yang dimiliki guna memberikan *service* seperti apa yang telah disetujui dengan tepat terpercaya adalah *reliability* atau keandalan. Kinerja keandalan sudah selayaknya sesuai dengan ekspektasi nasabah yang bermaksud layanan tepat waktu dan tanpa kekeliruan, memiliki sikap simpatik serta tingkat akurasi tinggi.

3. Daya Tanggapan

Kapasitas guna menuntun karyawan memiliki daya tanggap yang tepat. Menggantungkan nasabah menunggu tanpa kepastian sudah jelas memberikan kualitas layanan citra negatif.



4. Pertanggunggaan

Kapasitas berupa juga ilmu pengetahuan yang dimiliki karyawan perusahaan guna menghasilkan rasa percaya kepada perusahaan dari nasabah.

5. Empati

Tindakan atau upaya mengetahui kemampuan nasabah dengan memberikan tindakan secara sukarela dan tulus serta bersifat perorangan kepada nasabah.

e. Kepuasan Pelanggan

Menurut Lupiyoadi dalam Ridwan dan Noviyanti (2022) “kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian”.

f. Indikator Kepuasan Konsumen

Adapun indikator yang digunakan dalam menilai kepuasan konsumen yaitu :

1. Kualitas yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan

Kualitas merupakan segala sesuatu konsep yang berhubungan dengan kinerja produk yang akan digunakan konsumen.

2. Pelayanan yang baik dan memberikan kepuasan bagi konsumen

Pelayanan merupakan sesuatu yang dinilai dari sikap dan tingkah laku karyawan yang dapat diterima oleh konsumen. pelayanan pada hakikatnya sebuah penilaian abstrak atau tidak pasti dari konsumen kepada karyawan atau kepada sebuah pemilik produk.

Penelitian ini dilakukan di Cv. Teknik Mitra Mandiri yang berlokasi di Jl. Medan Batang Kuis Desa Sei Rotan Dusun 2 Kec. Percut Sei Tuan Gg. Asrin Lubis No.4.

b. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono dalam Sandrayani, Rulinawati (2020) Mengemukakan bahwa “populasi adalah wilayah karakteristik yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya”. Jumlah populasi yang terdapat di perusahaan yang diteliti berupa 50 pelanggan di Cv. Teknik Mitra Mandiri.

2. Sampel

Sugiyono dalam Sandrayani, Rulinawati (2020) menjelaskan bahwa “sample merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu”. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi lain. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul betul *representative* (mewakili).

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas Toleransi

Maka jumlah sampel adalah :

$$n = \frac{50}{1 + 50 (0,1)^2}$$

$$= 33,33 \text{ pembulatan } 34 \text{ orang}$$

III. METODOLOGI PENELITIAN

a. Lokasi dan Tempat Penelitian



Hasil perhitungan sampel setelah hasil pembulatan diperoleh sampel sebanyak 34 orang.

c. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui Kuesioner, Menurut Sugiyono dalam Evitha dan HS (2019) “kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab”.

Dalam hal ini kuesioner akan dibagikan kepada pelanggan di Cv.Teknik Mitra Mandiri.

Adapun bobot penilaian dari skala *Likert* yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju (STS)	: Bobot 1
Tidak Setuju (TS)	: Bobot 2
Ragu-Ragu (R)	: Bobot 3
Setuju (S)	: Bobot 4
Sangat Setuju (SS)	: Bobot 5

d. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut Janna dan Herianto (2021) uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner.

Pengujian validitas dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_1 diterima.
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H_1 ditolak.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Notoatmodjo dalam Janna dan Herianto (2021) realibilitas adalah indeks

yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Sehingga uji realibilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali kali.

Pengujian reliabilitas ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji kehandalan atau kepercayaan pengungkapan data. Pengukuran yang mampu memberi hasil yang dipercaya (reliabel). Kriteria ukur reliabilitas ini adalah jika :

- Nilai *Cronchbach's Alpha* $> 0,60$ maka dinyatakan reliabel.
- Nilai *Cronchbach's Alpha* $< 0,60$ maka dinyatakan tidak reliabel.

e. Uji ipotesis

1. Korelasi

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif atau negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi sugiyono dalam Setiamy dan Deliani (2019).

2. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi menurut Ghozali dalam Aditia, Wadud, dan DP (2020) adalah sebagai berikut. “Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan 1 (satu). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.” Dalam penelitian ini,



analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menerangkan variasi variabel dependen.

3. Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan dalam situasi dimana suatu variabel bebas dihipotesiskan akan mempengaruhi satu variabel terikat Sekaran dan Bougie dalam Santoso dan Febriadi (2022) Analisis regresi linier sederhana ini digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen/kriteria dapat diprediksi melalui variabel independen atau predictor secara individual.

4. Uji-t

Uji-t yaitu menguji apakah variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel terikat atau tidak. Hipotesis dapat diketahui apakah diterima atau ditolak yaitu dengan melakukan perbandingan antara nilai t_{hitung} dan t_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji-t (Sarwono 2020 : 101) sebagai berikut :

1. H_0 ditolak jika $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ jika signifikansi $> 0,05$.
2. H_0 diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ jika signifikansi $< 0,05$.

5. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat secara serempak pengaruh secara positif dan signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) melalui uji statistic. Menurut Sarwono (2020 : 79) kriteria pengambilan keputusan dapat digunakan dengan dua cara yaitu dengan cara menggunakan angka signifikansi atau menggunakan angka F.

Nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan F_{tabel} . Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. H_0 ditolak jika nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ jika signifikansi $> 0,05$.
2. H_0 diterima jika nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ jika signifikansi $< 0,05$.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Hipotesis

a. Uji Korelasi

Untuk mengetahui derajat atau kekuatan dan arah hubungan antara 2 variabel maka penelitian ini melakukan uji koefisien korelasi. Teknik yang digunakan untuk menganalisis hubungan tersebut adalah teknik korelasi pearson product moment. Jika nilai signifikam $< 0,05$ maka artinya terdapat hubungan antara 2 variabel.

Tabel 1. Uji Korelasi

Correlations		HARGA	KUALITAS PELAYANAN	LOYALITAS PELANGGAN
HARGA	Pearson Correlation	1	.557**	.647**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000
	N	34	34	34
KUALITAS PELAYANAN	Pearson Correlation	.557**	1	.583**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000
	N	34	34	34
LOYALITAS PELANGGAN	Pearson Correlation	.647**	.583**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	34	34	34

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari hasil hasil uji koefisien korelasi diketahui r sebesar 0,647 lebih besar dari pada 0,339. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan kepuasan pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah kuat, positif dan terarah.

b. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (KD) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh variabel X terhadap variabel Y, dan menunjukkan seberapa besar hubungan antar kedua variabel dalam hasil presentase.

Tabel 2. Uji Koefisien Determinasi



Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.700 ^a	.490	.457	1.359	1.711

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA
b. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Dari hasil koefisien determinasi diatas $r^2 = 0,457 \times 100\% = 45,7$. Angka ini menunjukkan bahwa penjualan dipengaruhi oleh harga yang sebesar 45,7%, sedang sisanya 54,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disertakan estimasi model.

c. Regresi Sederhana

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (x_1, x_2) berupa variabel kepuasan harga, kualitas pelayanan terhadap variabel terkait (y) berupa kepuasan pelanggan peneliti menggunakan bantuan SPSS. Hasil *output* yang diperoleh sebagai berikut :

Tabel 3. Uji Analisis Regresi Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	6.066	4.154		.154
	HARGA	.570	.188	.467	.005
	KUALITAS PELAYANAN	.330	.158	.322	.045

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Berikut merupakan hasil dari uji analisis regresi linear berganda :

- Nilai konstanta (α) 6,066 artinya jika nilai variabel bebas harga dan kualitas pelayanan bernilai 6,066 maka kepuasan pelanggan bernilai sebesar 60,66% .
- Koefisien regresi ($\beta_1 X_1$) harga bernilai positif 0,570 artinya apabila terjadi peningkatan satu satuan pada variabel harga (X_1) maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 57,0%.
- Koefisien regresi ($\beta_2 X_2$) kualitas pelayanan bernilai positif 0,330 artinya apabila terjadi peningkatan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan (X_2) maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 33,0%.

d. Uji-t

Hasil uji-t pada penelitian ini sebagai berikut :

Dengan df senilai 32, maka nilai t tabel diperoleh sebesar 1,649 dengan nilai signifikansi 0,05.

Tabel 4. Uji-t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	6.066	4.154		.154
	HARGA	.570	.188	.467	.005
	KUALITAS PELAYANAN	.330	.158	.322	.045

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Berdasarkan Tabel hasil pengujian parsial di atas, maka dapat dilihat beberapa hal dibawah ini diantaranya adalah bahwa:

- Pada variabel harga (X_1) menunjukkan nilai T Hitung (3,028) > t tabel (1,649) dengan nilai signifikan 0.005 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.
- Pada variabel kualitas pelayanan (X_2) menunjukkan nilai T hitung (2,087) > t tabel (1,649) Dengan nilai signifikan 0,045 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

e. Uji F

Hasil uji F pada penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 5. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	55.015	2	27.508	14.903	.000
	Residual	57.220	31	1.846		
	Total	112.235	33			

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA

Dari olah data di atas dapat diketahui bahawa nilai F_{hitung} adalah 14,903. Pada tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$ Nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} tersebut signifikan dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 pada nilai $F_{tabel} = 4,12$. Secara simultan harga dan kualitas



pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di CV TEKNIK MITRA MANDIRI. Kualitas pelayanan mempunyai kolerasi tinggi dengan kepuasan pelanggan di CV TEKNIK MITRA MANDIRI. Kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di CV TEKNIK MITRA MANDIRI adalah sebesar 45,7%, sementara sisanya sebesar 54,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dengan modal penelitian unu modal regresi linier sederhana yang berbentuk antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam penelitian ini adalah $Y = 6,066 + 0,570 X_1 + 0,330 X_2$ atau harga dan kepuasan pelanggan $Y = 6,066 + 0,570 X_1 + 0,330 X_2$ kualitas pelayanan.

VI. SARAN

Bagi perusahaan khususnya CV Teknik Mitra Mandiri mempertahankan kepuasan pelanggan dari seluruh konsumen yang berkaitan dengan fasilitas dan pelayanan kepada pelanggan. Karena jika harga meingkat, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat seiring juga dapat menungtungkan perusahaan serta dapat meningkatkan kualitas perusahaan tersebut.

VII. DAFTAR PUSTAKA

Aditia, Abdul Rahman Raka, Muhammad Wadud, dan M. Kurniawan DP. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang." *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM* 1 (01): 23–37. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i01.4>.

Agus Dwi Cahya, Ocsalino Damare, dan Catur Harjo. 2021. "Pengaruh Kompensasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan Warung Padang Upik." *Jurnal Sinar Manajemen* 8 (2): 105–15. <https://doi.org/10.56338/jsm.v8i2.1645>.

Annastasya Meisa Putri, Aldilla Irdianty. 2018. "Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)." *Jurnal Mitra Manajemen* 2 (4): 273–85. <http://e-jurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/125/69>.

Evitha, Yuli, dan Fauzy Ma'ruf HS. 2019. "Pengaruh Penerapan Metode Economic Order Quantity (EOQ) Terhadap Pengendalian Persediaan Bahan Baku Produksi di PT. Omron Manufacturing Of Indonesia." *Jurnal Logistik Indonesia* 3 (2): 88–100. <https://doi.org/10.31334/logistik.v3i2.615>.

Janna, N. M, dan H. Herianto. 2021. "Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS. J.M. Masjhoer. (2021). Pengantar Wisata ," no. 18210047.

Kurniawan, Jefta Andika, dan M Tony Nawawi. 2020. "Pengaruh Kompensasi Motivasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Kurnia Mandiri Jaya pada Divisi Distribusi Kantor Pusat di Cirebon." *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 2 (3): 723. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9585>.

Lestari, Sri, Listyowati Puji Rahayu, dan Unna Ria Safitri. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah." *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi* 10 (1): 116–26. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v10i1>.



- 603.
- Muzammil, Via Kurniawati, Muzammil Muzammil, Nadya Alfitri, dan Vicky F. Sanjaya. 2024. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen." *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen* 2 (01): 21–25. <https://doi.org/10.59422/lbm.v2i01.162>.
- Ridwan, Muhammad, dan Sintya Noviyanti. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek." *Kinerja* 4 (1): 53–66. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v4i1.1698>.
- Sandrayani, Rulinawati, agus joko. 2020. "Journal of Industrial Engineering & Management Research." *Journal of Industrial Engineering Management* 6 (2): 11–20. <https://jurnal.teknologiindustriumi.ac.id/index.php/JIEM/article/view/571>.
- Santoso, Sigit, dan Yusril Febriadi. 2022. "Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Pelanggan Korporat Pada Penggunaan Layanan Pengiriman Surat Dan Paket Di Kantor Pos Bengkulu 38000." *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* 12: 1–15.
- Setiadarma, Aan. 2021. "IKON Jurnal Ilmu Komunikasi 2021 (Universitas Persada Indonesia Y.A.I) 1" XXVI (1): 1–9.
- Siti Solikha, Imam Suprpta. 2020. "Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis(JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4 (1): 175–82.
- Tarigan, Ade Lahta Meiti, Lia Febria Lina, dan Defia Riski Anggarini. 2021. "Pemahaman Investasi Generasi Milenial Pada Minat Berinvestasi Di Peer To Peer Lending Di Bandar Lampung." *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research an Technology* 1 (1): 49–58.
- Tijjang, Bakhtiar. 2020. "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Amsir Management Journal* 1 (1): 46–58. <https://doi.org/10.56341/amj.v1i1.202>.