
**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO DASTER TIARY ART SHOP
TULUNGAGUNG (STUDI KASUS DI TOKO DASTER TIARY ART SHOP
TAHUN 2024)**

Titik Puji Rochani

Prodi Pendidikan Ekonomi, Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung

[email: titikpuji644@gmail.com](mailto:titikpuji644@gmail.com)

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Toko Tiary Art Shop Tulungagung. (2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Tiary Art Shop Tulungagung. (3) Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Tiary Art Shop Tulungagung. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 845 sedangkan sampelnya diambil 90 responden. Teknik pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang telah diuji validitasnya. Hasil uji data secara parsial menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Sedangkan secara simultan menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

The objectives of this research are: (1) To determine the effect of price on consumer satisfaction at the Tiary Art Shop Tulungagung. (2) To determine the effect of service quality on consumer satisfaction at the Tiary Art Shop Tulungagung. (3) To determine the effect of price and service quality on consumer satisfaction at the Tiary Art Shop Tulungagung. The population in this study was 845 while the sample was taken from 90 respondents. The data collection technique is by distributing questionnaires to respondents whose validity has been tested. Partial data test results show that Price and Service Quality have a significant effect on Consumer Satisfaction, while simultaneously show that Price and Service Quality have a significant effect on Consumer Satisfaction.

Keywords: Price, Service Quality, Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini sangatlah canggih dan berkembang pesat. Hal ini dapat terlihat dari kemajuan teknologi yang semakin hari semakin baik dengan mengikuti perkembangan zaman, sehingga mendorong para pelaku usaha untuk terus melakukan persaingan produk atau jasa mereka agar konsumen dapat merasa puas. Kepuasan dari konsumen ini salah satunya sangat dipengaruhi oleh faktor harga. Seorang pelaku usaha harus benar-benar memikirkan secara matang agar harga yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen. Artinya, harga yang diberikan tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah sehingga akan mencapai kepuasan dari konsumen mereka. Dalam hal ini, harga juga harus bisa memberikan manfaat bagi keduanya yaitu antara penjual maupun pembeli secara adil.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah faktor kualitas pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha kepada konsumen. Seorang pelaku usaha harus bisa memberikan pelayanan yang berkualitas yang dapat memuaskan para konsumen. Kepuasan konsumen ini dapat dirasakan apabila kualitas layanan sama atau bahkan melebihi dari apa yang konsumen harapkan. Hal-hal utama yang dapat dilihat dari kualitas pelayanan yang memuaskan yaitu dari sopan santun, ramah tamah, pelayanan yang baik dan ketepatan waktu saat melayani.

Toko Tiary Art Shop merupakan salah satu toko yang berupaya mempertahankan konsumen dengan cara terus meningkatkan kepuasan konsumen. Toko Tiary Artshop ini menjual berbagai macam oleh-oleh khas bali dengan produk utamanya adalah daster. Pemilihan kain rayon dianggap sebagai ciri khas bali dengan kategori kain berkualitas tinggi yang adem, halus dan perawatannya yang mudah. Meskipun produk yang dijual berkualitas, namun dalam hal ini masih mengalami beberapa permasalahan terutama dalam hal harga dan kualitas pelayanan. Dalam Toko Tiary Art Shop ini masih ada konsumen yang beranggapan harga yang diberikan penjual terlalu mahal dan tidak sesuai seperti yang mereka harapkan. Konsumen juga kadang ada yang menawar terlalu rendah dibawah harga jual, padahal harga yang diberikan menyesuaikan harga kain yang setiap tahunnya naik serta disesuaikan dengan upah yang diberikan kepada penjahit.

Selain itu, permasalahan yang kedua pada kurangnya kualitas pelayanan terhadap konsumen dimana dalam hal ini masih ada karyawan ketika konsumen memilih barang tapi malah asik main hp sendiri. Sedangkan pada saat konsumen memilih barang sangat lama kemudian bertanya-tanya karyawan menjawab dengan malas dan nada bicara yang kurang enak didengar. Sehingga dalam hal ini pasti akan membuat konsumen merasa tidak nyaman berbelanja di toko daster ini.

Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang diangkat peneliti, yaitu:

1. Adakah pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Toko Tiary Art Shop Tulungagung?
2. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Tiary Art Shop Tulungagung?

-
3. Adakah pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Tiary Art Shop Tulungagung?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitiannya yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Toko Tiary Art Shop Tulungagung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Tiary Art Shop Tulungagung.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Tiary Art Shop Tulungagung.

Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan. Karena tingkat kepuasan konsumen ini nantinya akan menentukan keberhasilan pemasaran baik dari penjualan maupun pendapatan perusahaan. Kepuasan konsumen ini bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor terutama dalam hal harga dan kualitas pelayanan. Dalam hal ini, sebuah perusahaan harus bisa memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan yang diharapkan mereka. Hal ini seiring dengan pernyataan Moha & Loindong (2016) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seorang konsumen akibat membandingkan produk yang mereka beli terhadap ekspektasi dari konsumen tersebut. Selain itu, apabila konsumen juga merasa puas pasti mereka akan datang kembali dan enggan untuk berpindah ke tempat lain bahkan bisa jadi mereka akan merekomendasikan ke teman maupun kepada keluarga mereka. Indikator Kepuasan Konsumen yang digunakan yaitu Kesesuaian Harapan, Minat Berkunjung Kembali dan Kesiediaan Merekomendasikan.

Harga (X1)

Dalam penetapan harga dalam sebuah perusahaan merupakan keputusan penting yang diambil oleh suatu pelaku usaha. Pelaku usaha harus memikirkan agar harga yang diberikan mampu bersaing di pasar maupun dengan pesaing lainnya. Menurut Saputra & Riyadi (2023) harga adalah penentuan dari produk yang merupakan titik pertemuan dari produk yang ditawarkan terhadap permintaan produk yang dimaksud. Seorang konsumen harus merelakan uangnya untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang mereka inginkan. Indikator harga yang digunakan yaitu Keterjangkauan Harga, Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk, Daya Saing Harga dan Kesesuaian Harga Dengan Manfaat.

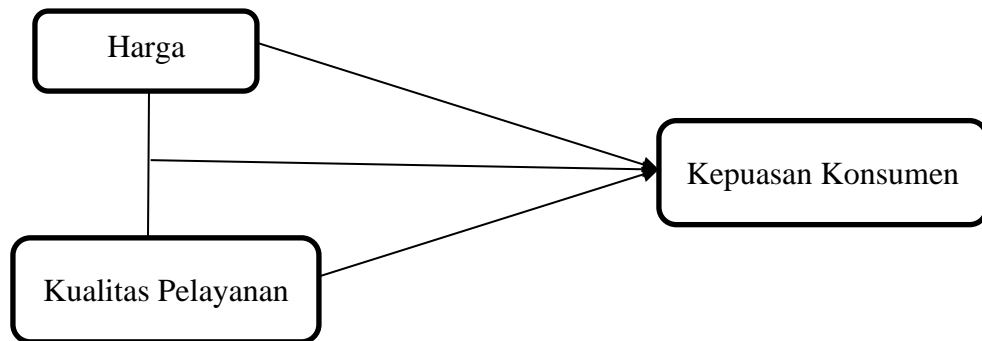
Kualitas Pelayanan (X2)

Dalam sebuah perusahaan seorang karyawan sebisa mungkin harus memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya. Apabila tingkat kualitas pelayanan yang diberikan tinggi maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh seorang konsumen. Oleh karena itu, karyawan harus memberikan pelayanan yang ramah dan sopan. Secara lebih rinci, Siagan & Venny (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu salah satu elemen penting dalam pembelian maupun pemakaian suatu produk atau jasa yang kemudian dijadikan pertimbangan

mereka. Indikator Kualitas Pelayanan yang digunakan yaitu Keandalan (*Realibility*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) dan Bukti Fisik (*Tangibles*).

Setiap perusahaan pasti mempunyai cara dan strategi yang berbeda-beda terutama dalam hal mempertahankan konsumen. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mempertahankan konsumen yaitu dengan cara mengutamakan kepuasan konsumen. Apabila yang dirasakan konsumen melebihi yang diharapkan, hal tersebut berarti kepuasan konsumen sudah terpenuhi dengan baik. Sehingga apabila konsumen sudah merasa puas, pasti mereka akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan ke teman atau keluarganya. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah harga dan kualitas pelayanan. Tinggi rendahnya harga dalam hal ini harus diperhatikan dimana indikatornya terdiri dari: (1) Keterjangkauan harga, (2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, (3) Daya saing harga dalam pasar, (4) Kesesuaian harga dengan manfaat. Kualitas pelayanan yang diberikan karyawan kepada konsumen juga berpengaruh dalam kepuasan konsumen. Dimana indikator kualitas pelayanan terdiri dari: (1) Keandalan (*Realibility*), (2) Daya tanggap (*Responsiveness*), (3) Jaminan (*Assurance*), (4) Empati (*Empathy*), (5) Bukti Fisik (*Tangibles*). Sedangkan kepuasan konsumen terdiri dari: (1) Kesesuaian harapan, (2) Minat berkunjung kembali, (3) Kesiediaan merekomendasikan.

Adapun kerangka teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Ha1 : Terdapat Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Tiary Art Shop Tulungagung
2. Ha2 : Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Tiary Art Shop Tulungagung
3. Ha3 : Terdapat Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Tiary Art Shop Tulungagung

METODE

Jenis Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif dimana data yang diperoleh berupa angka, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Sugiyono (2014:8) metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/*statistic*, bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini menggunakan metode *ex post facto*. Menurut Sukmadinata (2011:5) metode *ex post facto* yaitu penelitian yang meneliti hubungan sebab-akibat yang tidak dimanipulasi atau diberi perlakuan atau dirancang oleh peneliti.

Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya ijin penelitian dalam kurun waktu kurang lebih 2 (dua) bulan, 1 bulan pengumpulan data dan 1 bulan pengolahan data yang meliputi penyajian dalam bentuk skripsi dan proses bimbingan berlangsung.

Tempat Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian ini adalah di Toko Daster Tiary Art Shop tepatnya di depan ATM BNI Pujasera Ngemplak Tulungagung.

Target/Sasaran

Target atau sasaran pada penelitian ini yaitu seluruh konsumen Toko Daster Tiary Art Shop yang benar-benar membeli di toko tersebut sehingga nantinya mereka dapat mengisi angket atau kuesioner ini dengan tepat.

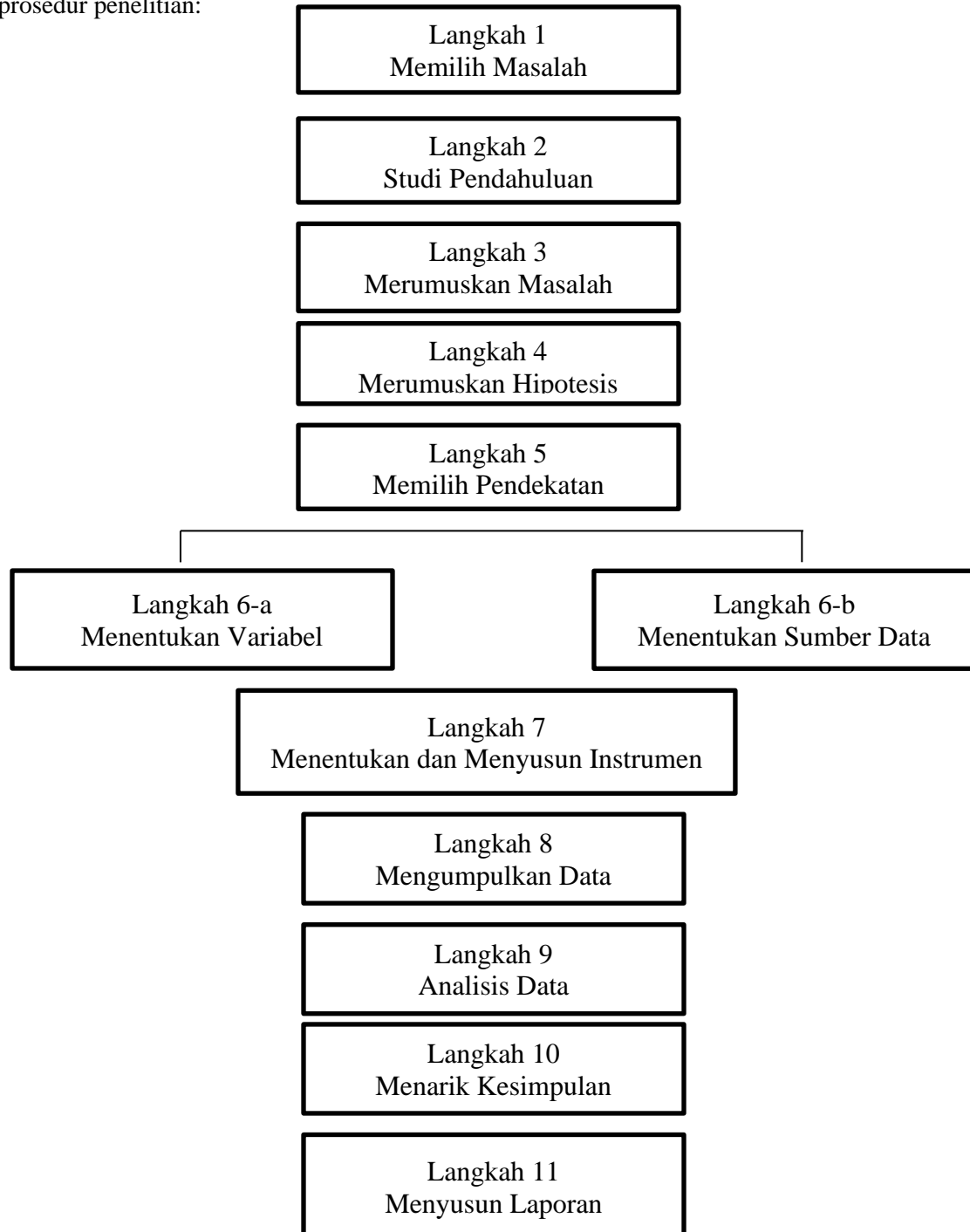
Subjek Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif ini yang menjadi subjek penelitian adalah konsumen yang membeli di Toko Tiary Art Shop selama bulan April-Mei 2024 sebesar 90 responden. Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2014:85) teknik *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling* diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

Prosedur

Dalam penelitian ini menggunakan rancangan penelitian non eksperimen. Menurut Rukminingsih (2020:37) penelitian non eksperimen merupakan penelitian dimana peneliti tidak memberikan perlakuan (*treatmen*). Dalam hal ini tahapan perencanaan penelitian memberikan gambaran dari tahapan penelitian yang hendak dijalankan. Tahapan ini dimulai

dari tahapan perencanaan, pelaksanaan dan tahap penulisan laporan. Berikut langkah dalam prosedur penelitian:



Instrumen dan Teknik Analisis Data

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan peneliti dalam melakukan dan mengumpulkan data suatu objek penelitian dengan tujuan untuk lebih mudah diolah dan tersusun secara sistematis. Dalam penelitian ini penulis menggunakan alat bantu untuk mempermudah dalam mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner atau angket. Menurut Sugiyono (2014:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam hal ini pernyataan dalam kuesioner ini akan diuji validitasnya. Sehingga apabila ada kemungkinan berdasarkan hasil uji coba yang telah dilakukan terdapat sejumlah item pernyataan yang tidak valid maka pernyataan yang sudah ada harus dibuang atau tidak perlu digunakan dan diganti dengan item baru setelah mendapat masukan dari subjek uji coba.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan statistik inferensial dimana dalam statistik inferensial sudah ada upaya untuk mengadakan penarikan kesimpulan dan membuat keputusan berdasarkan analisis yang telah dilakukan. Biasanya analisis ini mengambil sampel tertentu dari sebuah populasi yang jumlahnya banyak, dan dari hasil analisis terhadap sampel tersebut digeneralisasikan terhadap populasi. Jenis statistik yang digunakan yaitu analisis korelasional. Menurut Arikunto (2010:4) penelitian korelasional yaitu penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih, tanpa melakukan perubahan, tambahan atau manipulasi terhadap data yang memang sudah ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner (angket) kepada konsumen yang berkunjung di Toko Daster Tiary Art Shop. Dimana dalam hal ini kebetulan peneliti bekerja di toko daster Tiary Art Shop sebagai kasir, sehingga untuk penyebaran kuesioner (angket) ini lebih mudah dilakukan ketika peneliti bertemu langsung dengan konsumen yang membeli daster di Toko Tiary Art Shop. Dari hasil responden yang kami dapat dari penelitian Toko Tiary Art Shop sebanyak 90 responden dengan hasil sebesar 99% kepuasan konsumen di toko ini dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan.

Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2021:66). Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengambilan kesimpulan hasil uji validitas dapat dilihat:

- a) Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item angket dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat pengumpul data.

b) Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item angket dinyatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan sebagai alat pengumpul data.

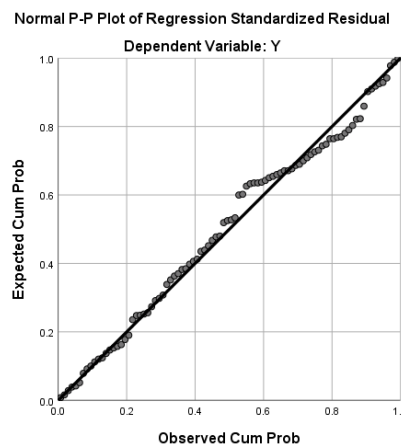
Kriteria untuk pengujian validitas mengacu pada (rumus $df = n - 2$) dengan nilai signifikansi 5% (0,05) sehingga dapat ditemukan $r_{tabel} = 0,312$. Seluruh pertanyaan pada kuesioner memiliki $r_{hitung} > r_{table}$ (0,312). Dan dalam hal ini uji validitas mulai dari variabel X1, X2 dan Y semuanya valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Uji Asumsi Klasik

Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. analisis grafik (histogram dan P-Plot) dan uji *kolmogrov-smirnov* (Ghozali, 2021:196). Dalam analisis grafik *probability-plot* pengambilan keputusan normalitas terpenuhi apabila titik-titik data terkumpul disekitar garis lurus. Sedangkan kriteria pengujian *kolmogrov-smirnov* yaitu sampel yang berdistribusi tidak normal apabila tingkat signifikasi pada tiap-tiap variabel $\leq 0,05$ dan sampel yang berdistribusi normal apabila tingkat signifikasi pada tiap-tiap variabel $\geq 0,05$.

Tabel Hasil Uji Normalitas Data Grafik Probability-Plot



Dalam hal ini data sudah berdistribusi secara normal karena grafik *Probability-Plot* normalitas dikatakan normal apabila tanda titik-titik searah dan berada di sekitar garis diagonal.

Data diatas berdistribusi secara normal karena nilai signifikansi menunjukkan angka $0,181 > 0,05$. Dalam uji normalitas menggunakan *Kolmogrov-Smirnov* data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$.

**Tabel Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogrov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardize d Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.26652112
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.064
	Negative	-.082
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.181^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Linieritas

Uji linieritas dalam penelitian ini menggunakan fungsi *Compare Means* dengan ketentuan interpretasi variabel X1 terhadap Y dan X2 terhadap Y yang peneliti terapkan adalah hasil perhitungan kolom linier pada tabel ANOVA. Jika nilai signifikan *linierity* < 0,05 dan nilai signifikan *deviation from linierity* > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa memenuhi uji syarat untuk lulus uji linieritas.

**Tabel Uji Linieritas Harga Terhadap Kepuasan Konsumen
ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Harga	Between Groups	(Combined)	3304.03	56	59.001	3.31	.000
				7		7	
	Linearity		1665.34	1	1665.3	93.6	.000
			0		40	30	
	Deviation from Linearity	1638.69	55	29.794	1.67	.057	
	Within Groups	586.952	33	17.786			
	Total	3890.98	89				
			9				

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa data sudah lolos dalam syarat uji linieritas, karena nilai signifikansi dari linearity 0,00 < 0,05 dan nilai signifikansi deviation from linearity 0,057 > 0,05.

**Tabel Uji Linieritas Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen
 ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * X2	Between Groups	(Combined)	3127.487	20	156.374	14.132	.000
		Linearity	2903.556	1	2903.556	262.403	.000
		Deviation from Linearity	223.931	19	11.786	1.065	.405
	Within Groups		763.502	69	11.065		
Total			3890.989	89			

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa data sudah lolos dalam syarat uji linieritas, karena nilai signifikansi dari linearity $0,00 < 0,05$ dan nilai signifikansi dari deviation from linearity $0,405 > 0,05$.

Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan tidak adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau sama dengan $VIF \leq 10$.

**Tabel Hasil Uji Multikolonieritas
 Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.204	4.347		.047	.963		
	Harga	.173	.093	.134	1.861	.066	.544	1.837
	Kualitas Pelayanan	.804	.075	.774	10.776	.000	.544	1.837

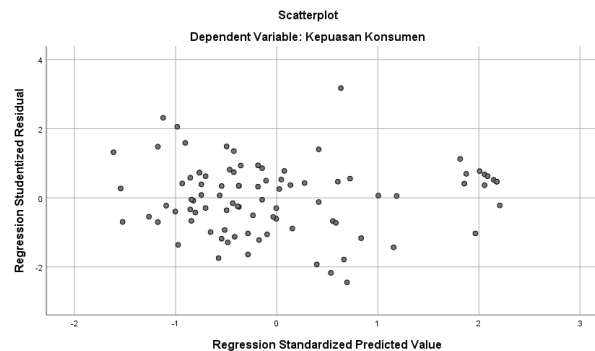
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel diatas nilai *tolerance* Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) yaitu $0,544 > 0,10$. Adapun nilai VIF menunjukkan Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sebesar $1,837 < 10$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak mengalami multikolonieritas pada setiap variabelnya.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika *variance* dari residual satu sama lain tetap maka disebut Homokedastisitas. Namun, jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini menggunakan model *Scatterplot* dan *Glejser*.

Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot*



Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar tak beraturan dan menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Apabila tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y secara acak, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Jadi dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.309	2.643		1.631	.107
	Harga	-.050	.057	-.127	-.875	.384
	Kualitas Pelayanan	.022	.045	.070	.481	.632

a. Dependent Variable: RES2

Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas *Glejser*

Berdasarkan tabel diatas angka signifikansi Harga sebesar $0,384 > 0,05$ untuk angka signifikansi Kualitas Pelayanan sebesar $0,632 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Uji T

**Tabel Hasil Uji t
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.143	.687		7.488	.000
	Harga	1.000	.021	.494	46.758	.000
	Kualitas Pelayanan	.898	.011	.864	81.761	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

1. Nilai $t_{hitung} (46,758) > t_{tabel} (1,987)$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Maka H_0^1 ditolak dan H_a^1 diterima. Jadi, terdapat pengaruh yang signifikan Harga terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Nilai $t_{hitung} (81,761) > t_{tabel} (1,987)$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Maka H_0^1 ditolak dan H_a^1 diterima. Jadi, terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Uji F

**Tabel Hasil Uji F
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3853.200	2	1926.600	4435.588	.000^b
	Residual	37.788	87	.434		
	Total	3890.989	89			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Unstandardized Residual

Dari tabel diatas, ditunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} (4435,588) > F_{tabel} (3,100)$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0^3 ditolak dan H_a^3 diterima atau bisa juga dikatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) secara simultan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Santoso & Kusuma (2019) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan

terhadap kepuasan konsumen produk Le Minerale pada mahasiswa administrasi bisnis angkatan 2019 – 2020 UPN “Veteran” Jawa Timur.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Haladi (2015) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dalam hal ini berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sehingga apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik pasti akan meminimalisir terjadinya ketidakpuasan pelanggan jasa transportasi Gojek di Kota Surabaya.

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Almuthahar (2023) bahwa harga dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Maskapai Lion Air Indonesia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini apabila harga yang diberikan penjual terjangkau sesuai harapan konsumen dan mendapat diskon apabila membeli produk daster dalam jumlah yang banyak pasti mereka akan merasa puas dan bahkan akan merekomendasikan kepada orang lain.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini apabila kualitas pelayanan yang diberikan karyawan baik seperti ramah, sopan santun dan ketepatan waktu dalam memenuhi kebutuhan konsumen pasti mereka akan merasa puas.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Toko Tiary Art Shop. Hal ini apabila harga dan kualitas pelayanan sudah sesuai dengan yang mereka harapkan pasti konsumen akan merasa puas. Sehingga, harga dan kualitas pelayanan harus sangat diperhatikan oleh pelaku usaha yang ada di Toko Tiary Art Shop Tulungagung.

REFERENSI

- Almuthahar, M. R. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Maskapai Lion Air Indonesia (Rute : Penerbangan Pontianak-Yogyakarta). *Jurnal Flight Attendant Kedirgantaraan*, 5(2), 2460–1454.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT Rineka Cipta.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang, 2018.
- Haladi, A. Y. (2015). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI GOJEK DI KOTA SURABAYA Athira Yasmin Haladi Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya*. 1–17.
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 4(1), 575–584. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11715>
- Santoso, R. A., & Kusuma, Y. B. (2019). The Influence of Product Quality, Price, and Promotion on Consumer Satisfaction in Le Minerale Products (Study of Business Administration Students Classes of 2019 and 2020 Upn “Veteran” East Java) “Veteran” Jawa Timur). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 2878–2885. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Saputra, M. R., & Riyadi, A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Pengiriman Barang Pada PT Surya Jaya Cargo di Sandul*. 8(2), 165–174.
- Siagan, H., & Venny. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Pada Perusahaan Gojek Indonesia terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek (Studi kasus pada konsumen gojek pengguna layanan Goride pada Mahasiswa STIE Mikroskil). *Journal For Business And Entrepreneurship*, 5(3), 1–11.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, CV.
- Sukmadinata, N. S. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. PT Remaja Rosdakarya.