

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. REZEKI MANDIRI SENTOSA MEDAN (PERUSAHAAN YANG BERGERAK DI BIDANG KONTRAKTOR ALAT BERAT) MEDAN

Frandi Yanto¹, Dewi Intan Darianty², Monica Ursulla Hutaauruk³, Khomeiny Yunior S. E., M.Si.

Universitas Prima Indonesia, Medan

Email: Frandiyanto240898@gmail.com

himeyukii@gmail.com ursulla.monica@gmail.com

icom_yunior@yahoo.co.id

Abstract

The purpose of this study is to analyze and test the effect of price and service quality on customer satisfaction at PT. Rezeki Mandiri Sentosa Medan (a company engaged in heavy equipment contracting). The method used in this study is a quantitative approach, this type of research is quantitative descriptive, and the nature of this research is descriptive explanatory. The method of data collection is done by interviews, questionnaires, and documentation. The data analysis method used is multiple regression. The population of 164 sample customers was 116 customers. The results showed that simultaneously and partially price and service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. Rezeki Mandiri Sentosa Medan (a company engaged in heavy equipment contracting)

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk menganalisa dan menguji pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Rezeki Mandiri Sentosa Medan (perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor alat berat). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, jenis penelitian ini deskriptif kuantitatif, dan sifat penelitian ini adalah deskriptif *eksplanatory*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. Populasi berjumlah 164 pelanggan sampel sebanyak 116 pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan secara parsial harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Rezeki Mandiri Sentosa Medan (perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor alat berat)

Kata kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Industri kelapa sawit merupakan industri yang strategis dalam perekonomian makro. Dalam perekonomian makro, industri kelapa sawit ini berperan strategis yakni penghasil devisa terbesar, lokomotif

perekonomian nasional, membangun kedaulat energi, dan dalam penyerapan tenaga kerja. PT. Rezeki Mandiri Sentosa Medan memberikan pelayanan dengan cakupan menyeluruh untuk para klien, termasuk jasa konstruksi, perdagangan umum dan penyewaan alat berat. Jasa Konstruksi Sebagai salah satu kontraktor terbesar di sektor perkebunan dan pertambangan, PT. Rezeki Mandiri Sentosa Medan secara terus menerus bekerja untuk meningkatkan dan memperbaiki jasa konstruksi pekerjaan umum. Jumlah perusahaan kontraktor pembukaan lahan atau lebih dikenal *land clearing* yang berada di Sumatera dan Kalimantan, sudah tidak terhitung banyak jumlahnya. Masing-masing memiliki keunggulan dan pengalaman yang bergantung dengan berapa jumlah proyek yang dikerjakan. Biasanya ada beberapa jenis pekerjaan di perkebunan sawit yang dikontrakkan kepada perusahaan lain seperti pembukaan lahan, pemetaan, pembangunan pabrik kelapa sawit dan refinari.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan konsumen atas produk akan berpengaruh terhadap pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan konsumen setelah terjadi proses pembelian. Apabila konsumen merasa puas maka kemungkinan besar akan kembali membeli atau menggunakan jasa yang sama. Konsumen yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk

kepada orang lain. Namun, jika konsumen tidak puas, ia akan melakukan tindakan pengembalian produk (retur) dan penghentian penggunaan atau pembelian produk.

Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, menfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Dalam sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk dan kepuasan pelanggan pun dapat tercapai. Manfaat penetapan harga adalah apabila menetapkan harga di atas harga pangsa yang berlaku untuk produk yang serupa sehingga dapat memetik manfaat dari anggapan umum bahwa harga lebih tinggi berarti kualitas lebih baik, menetapkan harga di bawah harga pasar sebari menawarkan produk dengan kualitas yang setara dengan produk pesaing yang berharga lebih tinggi dan menetapkan harga pada atau mendekati pangsa pasar

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Secara sempit, kualitas dapat didefinisikan sebagai “bebas dari kerusakan”. Dengan kualitas pelayanan yang bagus dan terpercaya maka produk akan senantiasa tertanam dibenak pelanggan serta terciptanya kepuasan pelanggan. Para petugas pelayanan merupakan ujung tombak perusahaan jasa

pelayanan yang akan berhadapan langsung dengan pihak konsumen/pelanggan. Petugas pelayanan ini tidak hanya harus mampu menanamkan citra yang positif bagi perusahaan dan juga harus memiliki kemampuan membantu perusahaan dalam memahami bahwa pelanggan adalah aset yang penting yang harus dipelihara dan dipertahankan keberadaannya.

PT. Rezeki Mandiri Sentosa Medan merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa alat-alat berat. Perusahaan ini dibidang jasa-jasa untuk kepala sawit mulai dari pemotongan pohon, pembukaan jalan, pembuatan parit dan sebagainya. Peranan kontraktor sangat diperlukan perusahaan kelapa sawit untuk menghemat biaya dan waktu kerja.

Mulai dari pembukaan lahan sampai pembangunan pabrik, perusahaan kelapa sawit lebih memilih untuk menggunakan jasa kontraktor. Jumlah perusahaan kontraktor pembukaan lahan atau lebih dikenal land clearing yang berada di Sumatera dan Kalimantan, sudah tidak terhitung banyak jumlahnya. Masing-masing memiliki keunggulan dan pengalaman yang bergantung dengan berapa jumlah proyek yang dikerjakan. Biasanya ada beberapa jenis pekerjaan di perkebunan sawit yang dikontrakkan kepada perusahaan lain seperti pembukaan lahan, pemetaan, pembangunan pabrik kelapa sawit dan refinari. PT. Rezeki Mandiri Sentosa Medan mempunyai pelanggan lebih banyaknya di luar medan seperti di siantar, kisaran, binjai dan sebagainya.

Tentang Permasalahan yang timbul pada PT. Rezeki Mandiri Sentosa Medan ialah bahwa terjadinya ketidakpuasan pelanggan terhadap jasa mengakibatkan jumlah pelanggan yang menurun setiap bulannya.

Penurunan kepuasan pelanggan disebabkan oleh penetapan harga. Dimana fenomena harga yang terjadi pada PT. Rezeki Mandiri Sentosa Medan ialah penetapan harga kurang efektif sehingga tidak dapat bersaing dengan perusahaan lainnya sehingga mengakibatkan jumlah pelanggan mengalami penurunan.

Selanjutnya, peneliti juga menemukan fenomena adanya keluhan dari pelanggan tentang pelayanan yang tidak memuaskan para pelanggan. Banyaknya keluhan adalah kurang andal dalam melakukan pelayanan berupa kurang tepat waktu pengiriman, kurang sigap dan kurang cepat layanan yang diberikan seperti pada saat penanganan keluhan yang disampaikan oleh pihak pelanggan dan waktunya penyelesaian yang tidak sesuai dengan informasi yang diberikan kepada pelanggan sehingga muncul kekecewaan. Beberapa hal ini mengakibatkan rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Melihat pentingnya kepuasan konsumen yang dilakukan oleh konsumen bagi perusahaan serta peranan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maka peneliti memilih “ **Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Rezeki Mandiri Sentosa Medan (Perusahaan yang bergerak di Bidang**

Kontraktor Alat Berat)” sebagai judul penelitian.

LANDASAN TEORI Harga

Menurut Hasan (2013 : 521), harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, menfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk.

Menurut Sunyoto (2014 : 131), harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu atau kombinasi antara barang dan jasa. Harga sebenarnya bukanlah hanya diperuntukkan bagi suatu produk yang sedang diperjualbelikan di pasar saja tetapi juga berlaku untuk produk-produk yang lain.

Menurut Malau (2017 : 126), harga adalah pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi. Dalam peranannya sebagai penentu alokasi sumber-sumber yang langka, harga menentukan apa yang diproduksi (penawaran) dan siapa yang akan memperoleh berapa banyak barang atau jasa yang diproduksi (permintaan).

Berdasarkan pengertian di atas, harga merupakan suatu faktor untuk memperoleh suatu produk dengan cara mengorbankan segala bentuk uang atau moneter oleh konsumen untuk memperoleh produk maupun pelayanannya.

Menurut Kotler dan Keller (2015:74), perusahaan dapat menggunakan beberapa teknik

penetapan harga untuk merangsang pembelian dini :

1. Penetapan harga pemimpin kerugian (*loss-leader*)

Tindakan ini layak dilakukan jika pendapatan penjualan tambahan tersebut mengkompensasi margin lebih rendah atas barang yang dijual rugi. 2. Penetapan harga khusus Penjual akan menentukan harga khusus pada musim-musim tertentu untuk mendorong pembelian produk produsen dalam periode waktu tertentu untuk menarik lebih banyak pelanggan.

3. Rabat tunai

Rabat tunai dapat membantu menghabiskan persediaan tanpa memotong harga resmi yang dinyatakan. 4. Pembiayaan berbunga rendah Alih-alih menurunkan harga, perusahaan dapat menawarkan pembiayaan berbunga rendah ke pelanggan.

5. Jangka waktu pembayaran yang lebih panjang

Konsumen sering tidak terlalu khawatir tentang biaya (suku bunga) pinjaman dan lebih khawatir tentang apakah mereka dapat melakukan pembayaran bulanan.

6. Jaminan dan kontrak jasa

Perusahaan dapat mempromosikan penjualan dengan menambah jaminan gratis atau berbiaya murah atau kontrak jasa. 7. Diskon psikologis

Strategi ini menetapkan harga yang cukup tinggi dan kemudian menawarkan produk dengan penghematan yang cukup besar

Kualitas Layanan

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013 : 99), Kualitas layanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Abdullah dan Tantri (2014 : 44), Kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.

Menurut Yuniarti (2015:239), kualitas pelayanan yaitu konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapan.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan kualitas layanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun namun dapat dirasakan manfaatnya oleh pelanggan.

Menurut Sunyoto (2013 : 145), dalam pelayanan kepada pelanggan, ada beberapa unsur pelayanan yang harus diperhatikan seorang produsen yaitu:

1. Fasilitas fisik.

Indikatornya : peralatan dan fasilitas yang lengkap dan nyaman, gedung atau kantor yang memadai dan nyaman serta petugas yang ramah, sopan dan rapi.

2. Keandalan.

Indikatornya : ketepatan pelaksanaan layanan, kesesuaian pelaksanaan dengan prosedur dan konsisten tidak pilih kasih.

3. Kesigapan pelayanan dan kecepatan.

Indikatornya : kecekatan petugas dalam pelayanan, hemat waktu dan tenaga.

4. Kepastian pelayanan

Indikatornya : kemampuan petugas, keramahan petugas, kepercayaan pelanggan dan keamanan pelanggan.

5. Kemudahan.

Indikatornya : kemudahan memperoleh pelayanan, kejelasan informasi dan pemahaman pelanggan

Kepuasan Pelanggan

Menurut Assauri (2014 : 176), kepuasan konsumen merupakan ukuran keberhasilan strategi pemasaran perusahaan dalam memasarkan produk. Mengukur kepuasan konsumen merupakan pekerjaan yang tidak mudah dan memerlukan kriteria tertentu.

Menurut Surjaweni (2015 : 150), kepuasan konsumen merupakan kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya. Termasuk di dalamnya keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai yang lain.

Menurut Sudaryono (2016 : 85), kepuasan didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan.

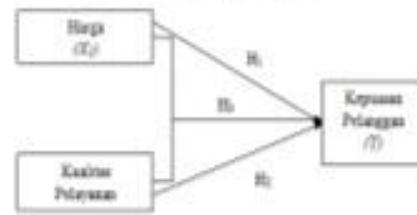
Berdasarkan definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang yang muncul berdasarkan perbandingannya antara kesannya dengan kinerja produk yang digunakan.

Menurut Hasan (2013:98), dalam realita bisnis, konsumen dapat mengevaluasi berbagai kombinasi atribut-atribut positif sebuah produk sebagai penentu tingkat harapan dan kepuasan pelanggan :

1. *Form*, ukuran dan bentuk fisik.
2. *Feature*, keistimewaan fungsi dasar produk.
3. *Performace quality*, kualitas dan karakteristik dasar produk beroperasi.
4. *Conformance*, kesesuaian spesifikasi produk yang diharapkan.
5. *Durability*, ukuran usia operasi dalam kondisi normal.
6. *Reliability*, ukuran produk tidak akan rusak-gagal dalam periode waktu tertentu- tok cer.
7. *Repairability*, ukuran kemudahan memperbaiki.
8. *Style*, penampilan dan perasaan produk.
9. *Design*, totalitas keistimewaan dari produk

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat digambarkan kerangka konseptual yaitu sebagai berikut :

Gambar II.1.
Kerangka Konseptual



Hipotesis Penelitian

Menurut Sujarweni (2015 : 68) bahwa hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ : Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Rezeki Mandiri Sentosa Medan (perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor alat berat).

H₂ : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Rezeki Mandiri Sentosa Medan (perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor alat berat).

H₃ : Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Rezeki Mandiri Sentosa Medan (perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor alat berat).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada PT. Rezeki Mandiri Sentosa Medan yang beralamat di Jalan Brigjend Katamso GG Budi No. 4-E Medan, nomor telepon kantor 061 1452 6970 dan email Rezeki_mandiri_sentosa11@yahoo.com. Waktu

penelitian dimulai sejak bulan April 2019 dan direncanakan akan selesai pada bulan September 2019. Pendekatan penelitian ini berdasarkan pendekatan kuantitatif. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Jenis dan sumber data pada penelitian ini adalah Data primer, dan jawaban responden tersebut diukur dengan menggunakan skala pengukuran yaitu Skala Likert, dan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari perusahaan, yang bersumber dari para karyawan. dengan cara membagikan kuesioner. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Sifat penelitian ini adalah deskriptif *eksplanatory*. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 164 pelanggan dan sampel berjumlah 116 pelanggan.

kelayakan butir-butir dalam suatu daftar

Uji Validitas

pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.

Dalam pengujian validitas instrumen penelitian, penulis menggunakan program *SPSS for Windows* dengan menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* atau Produk Momen Pearson (*Pearson Product Moment Correlation*) dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (0,361), dan nilai *Sig.* $< 0,05$ maka pertanyaan dinyatakan valid
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (0,361) dan nilai *Sig.* $< 0,05$ maka pertanyaan dinyatakan tidak valid

Uji Validitas

Variabel	N of Items	Keterangan
Harga	10	Valid
Kualitas Pelayanan	8	Valid
Kepuasan Pelanggan	10	Valid

Sumber : Hasil data olahan SPSS, 2018
menunjukkan nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} (0,361) dan nilai *sig* dibawah 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pertanyaan dari variabel harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang digunakan adalah valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji reliabilitas

Menurut Ghazali (2016:47), “reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*

Menurut Surjaweni (2014 : 192), uji

validitas digunakan untuk mengetahui

. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,60$.

Uji Reliabilitas

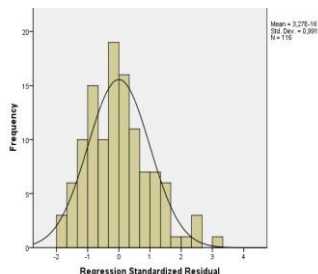
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Harga	0,639	10	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,841	8	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,865	10	Reliabel

Sumber : Hasil data olahan SPSS, 2018

Nilai *Cronbach's Alpha* dari seluruh variabel yang diujikan nilainya sudah diatas 0,60 , maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini lolos dalam uji reliabilitas dan dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

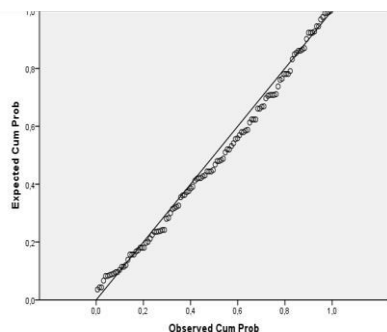
Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Untuk melihat data normalitas dapat dilihat dengan grafik yaitu grafik histogram dan *normal probability plot*. Berikut ini adalah hasil uji normalitas dengan analisis grafik histogram dan *normal probability plot*.



Gambar IV.2. Uji Normalitas Histogram

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (Data diolah)

Gambar IV.2 menunjukkan data riil membentuk garis kurva cenderung simetri (U) tidak melenceng ke kiri atau pun ke kanan maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.



Gambar IV.3. Uji Normalitas P-P Plot

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (Data diolah)

Gambar IV.3 diatas, terlihat data menyebar disekitar garis diagonal, penyebarannya sebagian besar mendekati garis diagonal. Hal ini berarti bahwa data berdistribusi normal.

Berikut ini adalah uji normalitas secara statistik menggunakan *Kolmogorov Smirnov*.

Tabel IV.8.

Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
N	Mean Std. Deviation Absolute Positive Negative
Normal Parameters ^{a,b}	
Most Extreme Differences	
Kolmogorov-Smirnov Z	
Asymp. Sig. (2-tailed)	
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (Data diolah)

Tabel IV.8 menunjukkan nilai signifikan $0,830 > 0,05$. Dengan demikian dari hasil uji *Kolmogorov Smirnov* menunjukkan data berdistribusi normal.

IV.5.2. Uji Multikolinearitas

Berikut hasil pengujian multikolinearitas yaitu:

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a	
Odel	Collinearity Statistics
	Tolerance
1 (Constant)	
HARGA	1,000
KUALITASPELAYANAN	1,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (Data diolah)

menunjukkan masing-masing nilai *tolerance* variabel bebas yaitu sebesar $1,000 > 0,1$ dan nilai VIF berada sebesar $1,000 <$

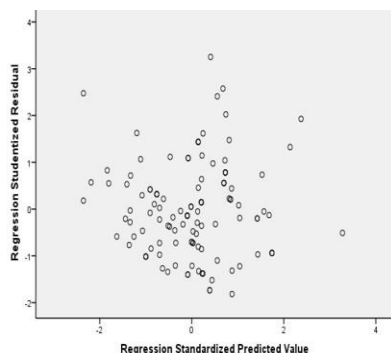
10. Dengan demikian pada uji multikolinearitas tidak terjadi korelasi antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan:

1. Grafik *scatter plot*

Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar IV.4. Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (Data diolah)

Dari grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas baik diatas maupun dibawah angka nol (0) pada sumbu Y, tidak berkumpul di satu tempat, sehingga dari grafik *scatterplot* dapat

disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

2. Uji Glejser

Gejala heteroskedastisitas dapat diuji dengan menggunakan uji Glejser yaitu dengan meregres nilai absolute residual terhadap variabel indenpenden. Jika variabel indenpenden signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heterokedastisitas. Hal ini menunjukkan angka $< 0,5$ maka telah terjadi

Heteroskedastisitas pada model regresi, tidak terjadi Heteroskedastisitas jika variabel indenpenden terhadap nilai *absolute* $> 0,5$.

Uji Gletjer

Coefficients^a

Model	Unstandar dized Coefficient s		Standard ized Coefficie nts	t
	B	Std. Error		
1 (Constant)	1,367	1,107		1,235
HARGA	,058	,038	,141	1,524
KUALITASPELAYANAN	,035	,042	,077	,831

a. Dependent Variable: RES_2

Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (Data diolah)

Diatas menunjukkan nilai signifikan dari harga sebesar $0,130 > 0,05$ dan kualitas pelayanan sebesar $0,408 > 0,05$ dengan

demikian dari hasil uji *Glejter* dapat dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Model Penelitian

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel indenpenden terhadap variabel dependen. Untuk menguji model tersebut maka digunakan analisa regresi linier berganda.

Tabel IV.11.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model	Unstandar dized Coefficient s		Standard ized Coefficie nts	t
	B	Std. Error		
1 (Constant)	4,192	1,822		2,300
HARGA	,202	,062	,250	3,241
KUALITASPELAYANAN	,460	,069	,513	6,647

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (Data diolah)

Makna dari persamaan regresi linier berganda diatas adalah :

1. Konstanta sebesar 4,192 menyatakan bahwa jika harga dan kualitas pelayanan tidak mengalami kenaikan satu satuan maka kepuasan pelanggan sebesar 4,192satuan.
2. Koefisien regresi harga sebesar 0,202 menyatakan bahwa setiap kenaikan harga satu satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,202 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap.

3. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,460 menyatakan bahwa setiap kenaikan kualitas pelayanan satu satuan akan menyebabkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,460 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap.

Koefisien Determinasi Hipotesis Koefisien determinasi ditujukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Koefisien determinasi dapat dilihat dari angka *Adjusted R Square*.

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
_1	,571 ^a	,326	,314

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

Model Summary ^b			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
_1	,571 ^a	,326	,314

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

b. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber : Hasil Penelitian, 2018(Data diolah)

Hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai *Adjusted RSquare* sebesar 0,314 hal ini berarti 31,4% dari variasi variabel dependen kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen harga dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya sebesar 68,6%

(100% - 31,4%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini,.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F
1 Regression	889,576	2	444,788	27,292
Residual	1841,631	113	16,298	
Total	2731,207	115		

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

b. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (Data diolah)

Tabel IV.13. derajat bebas 1 (df_1) = $k - 1 = 3 - 1 = 2$, dan derajat bebas 2 (df_2) = $n - k = 116 - 3 = 113$, dimana n = jumlah sampel, k = jumlah variabel, maka nilai F_{tabel} pada taraf kepercayaan signifikansi 0,05 adalah 3,08 dengan demikian dari hasil perhitungan SPSS diperoleh nilai F_{hitung} (27,292) > F_{tabel} (3,08) dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, berarti H_0 ditolak H_1 diterimagaya Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Rezeki Mandiri Sentosa Medan (perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor alat berat).

IV.6.4. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau pengaruh yang berarti

(signifikan) antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Tabel IV.14.

Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	t
1 (Constant)	4,192	1,822		2,300
HARGA	,202	,062	,250	3,241
KUALITAS PELAYANAN	,460	,069	,513	6,647

Sumber : Hasil Penelitian, 2018 (Data diolah)

Nilai t_{tabel} untuk probabilitas 0,05 pada derajat bebas (df) = $116 - 3 = 113$ adalah sebesar 1,9811. Dengan demikian hasil dari Uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} harga sebesar 3,241 > t_{tabel} sebesar 1,981 dan nilai signifikan 0,002 < 0,05, berarti bahwa H_0 ditolak H_1 diterima gaya Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Rezeki Mandiri Sentosa Medan (perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor alat berat).
- Hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} kualitas pelayanan sebesar 6,647 > t_{tabel} sebesar 1,981 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05, berarti bahwa H_0 ditolak H_1 diterima kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Rezeki Mandiri Sentosa Medan (perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor alat berat).

KESIMPULAN DAN SARAN Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Rezeki Mandiri Sentosa Medan (perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor alat berat)
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Rezeki Mandiri Sentosa Medan (perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor alat berat).
3. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Rezeki Mandiri Sentosa Medan (perusahaan yang bergerak di bidang kontraktor alat berat).

Saran

Saran-saran yang berguna bagi penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti Diharapkan dapat mempraktekkan hasil penelitian di perusahaan tempat peneliti bekerja.
2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia
Disarankan agar dapat mempublikasikan hasil penelitian ini yang nantinya dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya
3. Bagi perusahaan
Kepuasan pelanggan secara keseluruhan sangat dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan. Peningkatan kedua variabel tersebut baik secara terpisah (parsial) maupun bersama-sama (simultan) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan

secara maksimal. Maka disarankan agar perusahaan dapat meningkatkan dan memperbaiki kedua variabel tersebut di dalam perusahaan

4. Bagi peneliti selanjutnya
Disarankan untuk menambah variabel lain di luar dari variabel yang diteliti oleh peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2015. ***Manajemen Pemasaran***. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Abdurrahman, Herdiana, Nana. 2015. ***Manajemen Strategi Pemasaran***. Bandung : Pustaka Setia.
- Adam, Muhammad. 2015. ***Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi***. Bandung : Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. 2014. ***Manajemen Pemasaran***. Jakarta : Rajawali Pers.
- Diza. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada PT Firgroup Cabang Manado). *Jurnal EMBA* 109 Vol.4 No.1 Maret 2016, Hal. 109-119.
- Ebert, Ronald J dan Ricky W. Griffin. 2015. ***Pengantar Bisnis***. Edisi Kesepuluh. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Ghozali, Imam. 2016. ***Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23***. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2013. ***Marketing dan Kasus-kasus Pilihan***. Cetakan Kesatu. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Kurniawan, Robert dan Budi Yuniarto. 2016. ***Analisis Regresi Dasar dan Penerapan***

- dengan R. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Limakrisna, Nandan, Susilo. 2012. **Manajemen Pemasaran teori dan Aplikasi dalam Bisnis**. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Malau, Harman. 2017. **Manajemen Pemasaran**. Bandung : Alfabeta.
- Ruusen. Kualitas Layanan, Promosi, *After Sales Service* Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda PT Nusantara Surya Sakti Di Amurang. *Jurnal EMBA* Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1803-1813.
- Sangadji, Mamang, Etta, Sopiah. 2013. **Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian**. Ed.1, Yogyakarta : Andi Offset.
- Sudaryono. 2016. **Manajemen Pemasara Teori dan Implementasi**. Ed. 2, Yogyakarta : Andi Offset.
- Sugiyono. 2012. **Statistik Untuk Penelitian**. Bandung : Alfabeta.
- , 2016. **Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)**. Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2013. **Teori, Kuesioner dan Analisi Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen**. Cetakan Kesatu. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service.
- , 2014. **Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen**. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service.
- Surjaweni, Wiratna V. 2015. **Metode Penelitian**. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Suroso, Subagio. Pengaruh Diferensiasi, harga, dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keunggulan Bersaing Pada Produk Edamame PT. Mitratani 27 Jember. *Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*.
- Tjiptono, Fandy. 2008. **Strategi Pemasaran..** Yogyakarta : ANDI Offset.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra. 2012. **Pemasaran Strategi**. Ed 2. Yogyakarta : ANDI OFFSET.
- Yuniarti, Sri, Vinna. 2015. **Perilaku Konsumen Teori dan Praktek**. Cetakan Kesatu. Bandung : Pustaka Setia.
- Zulganef. 2013. **Metode Penelitian Sosial dan Bisnis**. Yogyakarta : Graha Ilmu