

**PENGARUH PELAYANAN, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI UD. YAKIN KERAMIK
SIDOARJO**

Oleh :

Moh. Yusuf Hamdani

Dosen Pembimbing I : Dr. Wulandari Harjanti, SE., S.Sos.,MM

Dosen Pembimbing II : Tri Wahjoedi, ST.,MM

Fakultas Ekonomi, Program studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika

Surabaya

Email : Masdanixz@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Menguji pengaruh Pelayanan terhadap kepuasan konsumen, pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen, pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara parsial dan pengaruh pelayanan, harga, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara simultan. Maka dari itu di halaman selanjutnya pada tinjauan pustaka di perjelas pendefinisian terkait variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini baik variabel independen maupun dependen. Dan di metode penelitian di jelaskan terkait cara pengambilan populasi dan sampel sekaligus metode nya, dan populasi penelitian ini ialah 50 konsumen yang berkunjung ke perusahaan dengan pengambilan sampel 30 konsumen yang datang ke perusahaan, di pembahasan dan analisis sudah di perjelas tentang hasil uji melalui SPSS dengan hasil bahwa variabel Pelayanan(X1) pada penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap KepuasanKonsumen(Y). dan variabel Harga(X2) pada penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap KepuasanKonsumen(Y). serta variabel KualitasProduk(X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.dan juga di uji secara simultan bahwa ketiga variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Pelayanan (X1), Harga (X2), dan KualitasProduk(X3) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata kunci :*Pelayanan, Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen*

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of service on customer satisfaction, affect prices on customer satisfaction, influence product quality on customer satisfaction partially and affect service, price, product quality on customer satisfaction simultaneously. Therefore on the next page the conclusions of the library in the clarification of definitions related to the variables used in this study are both independent and dependent variables. And the research method is explained in terms of how to take population and sample with this method, and this population study is 50 customers who visit the company by taking a sample of 30 consumers who come to the company, the discussion and analysis have been clarified about the results of research through SPSS with the results the Service variable (X1) in this study showed a significant effect on Consumer Satisfaction (Y). and Price variable (X2) in this study is significant towards Consumer Satisfaction (Y). and Product Quality (X3) variables have a significant effect on customer satisfaction. Also in the trial variable the independent variables in this study are Service (X1), Price (X2), and Product Quality (X3) linked together (simultaneously) to Consumer Satisfaction.

Keywords: Service, Price, Product Quality, Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Latar Belakang

UD YAKIN adalah sebuah perusahaan milik perseorangan yang berdiri pada tahun 1997. Perusahaan ini bergerak di bidang agen keramik, jadi penjualan keramik merupakan sumber utama pendapatan UD YAKIN. Dengan kondisi perusahaan yang semakin berkembang dari tahun ke tahun, lingkungan industri pada UD YAKIN menjadi semakin kompleks. Akibat dari semakin kompleksnya lingkungan industri ini, umumnya manajemen membagi kegiatannya menjadi divisi-divisi atau divisionalisasi, dimana masing-masing divisi merupakan pusat pertanggung jawaban.

industri keramik UD. Yakin cukup potensial dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat. Karna Perkembangan industri keramik Untuk saat ini sangat pesat dan tidak terlepas dari keuletan serta keberanian produsen yang terus berinovasi terhadap produk-produk keramik yang dihasilkan. Industri Keramik UD. Yakin merupakan sekelompok individu dalam masyarakat yang umumnya bertujuan meningkatkan kesejahteraan hidup dan keluarganya dengan melakukan upaya berwirausaha.

Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh variabel Pelayanan secara signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Yakin Keramik Sidoarjo
2. Untuk menguji pengaruh variabel Harga secara signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Yakin Keramik Sidoarjo

3. Untuk menguji pengaruh variabel Kualitas Produk secara Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Yakin Keramik Sidoarjo
4. Untuk menguji pengaruh variabel pelayanan, harga, dan kualitas produk secara serentak terhadap kepuasan konsumen di UD. Yakin Keramik Sidoarjo

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Kualitas adalah tingkat baik buruknya sesuatu. Sedangkan Pelayanan berasal dari kata layan yang berarti membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang. Jadi dapat di artikan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat baik buruknya sesuatu dalam menyiapkan apa yang di perlukan seseorang. Menurut Zeithaml, et al. (1990) dalam Kalaja, et al (2016) kualitas layanan adalah persepsi pelanggan dan dinilai oleh mereka secara langsung bukan oleh organisasi. Selain itu, kualitas layanan dapat didefinisikan serta "sesuai dengan spesifikasi pelanggan"

Persepsi Harga

Campbell pada Cockril dan Goode (2010:368) mengemukakan bahwa persepsi harga merupakan faktor psikologis dari berbagai segi yang mempunyai pengaruh yang penting dalam reaksi konsumen kepada harga. Karena itulah mengapa persepsi harga menjadi alasan mengapa seorang membuat keputusan untuk membeli.

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan suatu bentuk dan ciri barang untuk memberikan identitas produk pada perusahaan agar menciptakan kepuasan pada konsumen. berbagai cara kadangkala di lakukan oleh produsen di dalam suatu perusahaan agar bisa bersaing dengan produk lain dengan memunculkan kelebihan-kelebihan produk pada perusahaan agar menciptakan suatu keinginan konsumen untuk membeli dan merasa terpuaskan dengan produk yang di jual oleh perusahaan.

Kepuasan Konsumen

Donni Juni (2017;196) Kepuasan konsumen merupakan salah satu inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang bagi perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan gambaran perbedaan antara harapan dan kinerja (yang nyata di terima). Apabila harapan tinggi, sementara kinerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai atau bahkan menimbulkan kekecewaan bagi konsumen. Sebaliknya, apabila kinerja melebihi dari yang diharapkan, kepuasan akan meningkat.

Kerangka Konseptual

Hipotesis yang di ajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 = variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H2 = variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

H3 = variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen

H4 = variabel pelayanan, harga dan kualitas produkberpengaruh positif dan simultan terhadap kepuasan konsumen.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan data berupa angka – angka atau pernyataan – pernyataan yang dinilai dan dianalisis dengan analisis statistik.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen UD. Yakin Keramik SIDOARJO. Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini pada bulan februari 2020 adalah 50 konsumen, dipilih berdasarkan kunjungan ke perusahaan. Dan untuk pengambilan sampel penelitian di UD. Yakin ialah 30 konsumen yang berkunjung untuk Membeli Produk Keramik di perusahaan.

Analisis Data

Uji Validitas Data Secara umum

validitas dikatakan sebagai kesimpulan, inferensi, atau proposi dari hasil riset yang sudah kita lakukan yang mendekati kebenaran (Sarwono,2012). Sedangkan menurut Imam Ghozali (2006 : 45) “Uji validitas digunakan mengukur sah atau validnya suatu kuesioner.

Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap kuesioner stabil dari waktu ke waktu.

Asumsi Klasik

Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dengan menggunakan VIF. Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model.

Heteroskedastitas

Heteroskedastitas menguji perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain (Sujarweni, 2015:187) adalah:

- 1) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar 0.
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Autokorelasi

Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Untuk data *time series* autokorelasi sering terjadi.

Normalitas

Uji normalitas data adalah uji prasyarat tentang kelayakan data untuk analisis dengan menggunakan statistik parametrik atau statistik nonparametrik. Melalui uji ini, sebuah data hasil penelitian dapat diketahui bentuk distribusi data tersebut, yaitu berdistribusi normal atau tidak normal (Misbahuddin dan Hasan, 2014).

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama mempengaruhi variabel terikat.

Bentuk umum persamaan regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi pelayanan

b₂ = Koefisien regresi harga

b₃ = Koefisien regresi kualitas produk

X₁ = Pelayanan

X₂ = Harga

X₃ = Kualitas Produk

e = Varians pengganggu

Pengujian Hipotesis

Uji T

Uji secara parsial (uji t) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable independent (X) terhadap variable dependent (Y) dengan asumsi variable lainnya adalah konstan.

Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.

ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Uji Validitas X1

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,751	0,3610	Valid
X1.2	0,432	0,3610	Valid
X1.3	0,533	0,3610	Valid
X1.4	0,665	0,3610	Valid
X1.5	0,823	0,3610	Valid

Berdasarkan hasil diatas dapat dijelaskan bahwa r hitung $>$ r tabel (0,1684) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item dalam indikator variabel-variabel penelitian ini adalah valid.

Uji Validitas X2

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,658	0,3610	Valid
X2.2	0,844	0,3610	Valid
X2.3	0,685	0,3610	Valid
X2.4	0,656	0,3610	Valid

Berdasarkan hasil diatas dapat dijelaskan bahwa r hitung $>$ r tabel (0,1684) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item dalam indikator variabel-variabel penelitian ini adalah valid.

Uji Validitas X3

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	0,691	0,3610	Valid
X3.2	0,803	0,3610	Valid
X3.3	0,823	0,3610	Valid
X3.4	0,480	0,3610	Valid
X3.5	0,774	0,3610	Valid

Berdasarkan hasil diatas dapat dijelaskan bahwa r hitung > r tabel (0,1684) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item dalam indikator variabel-variabel penelitian ini adalah valid.

Uji Validitas Y

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Y.1	0,575	0,3610	Valid
Y.2	0,771	0,3610	Valid
Y.3	0,935	0,3610	Valid
Y4	0,746	0,3610	Valid
Y5	0,938	0,3610	Valid

Berdasarkan hasil diatas dapat dijelaskan bahwa r hitung > r tabel (0,1684) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item dalam indikator variabel-variabel penelitian ini adalah valid.

Reliabilitas

Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
X1	0,627	>0,60	Reliabel
X2	0,651		Reliabel
X3	0,749		Reliabel
Y	0,847		Reliabel

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6. Dengan demikian, maka hasil keseluruhan variabel adalah Reliabel.

Uji Regresi Berganda

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

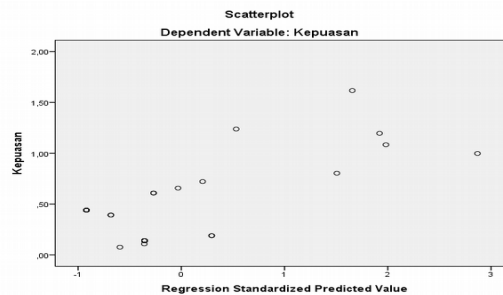
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,690	2,036		1,321	,198		
1 Pelayana	,581	,147	,511	3,950	,001	,462	2,167
1 Harga	1,049	,162	,875	6,477	,000	,424	2,358
1 Kualitas Produk	-,533	,175	-,481	3,039	,005	,309	3,240

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Dari Tabel 4.13 di atas terlihat bahwa nilai Tolerance dari semua variabel bebas lebih dari (>) 0,10 dan nilai VIF kurang dari (<) 10, dengan demikian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat kasus multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresinya.

Uji Heterokedastisitas



Hasil analisis pada Gambar menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat indikasi adanya heterokedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel Durbin Watson

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,894 ^a	,799	,776	,674	1,891

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Pelayanan , Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Pada tabel diatas diketahui durbin watson sebesar 1,891 selanjutnya untuk mengetahui apakah terdapat data autokorelasi yaitu dengan mencari nilai-nilai kritis statistik durbin watson, untuk lebih jelasnya perhatikan gambar dibawah ini :

Durbin-Watson = 1,891, sesuai dengan syarat penentuan batas auto korelasi yaitu $1,6498 < 1,891 < (4 - 1,6498)$, maka artinya model datar regresi linier ini baik, karena tidak ada data autokorelasi pada penelitian ini

Uji Normalitas

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,63793090
	Absolute	,181
Most Extreme Differences	Positive	,150
	Negative	-,181
Kolmogorov-Smirnov Z		,990
Asymp. Sig. (2-tailed)		,281

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari hasil pengolahan data pada Tabel 4.15 diatas diketahui bahwa nilai Asym-sig (2-tailed) untuk residual sebesar 0,281 lebih besar dari alpha 5%, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua data dari variabel yang diteliti mengikuti pola distribusi normal.

Hasil Uji Regresi

Hasil Uji Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,690	2,036		1,321	,198
Pelayanan	,581	,147	,511	3,950	,001
Harga	1,049	,162	,875	6,477	,000
Kualitas Produk	-,533	,175	-,481	-3,039	,005

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan uji statistik regresi yang telah dilakukan dapat disusun persamaan matematis dari penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = 2,690 + 0,581X_1 + 1,049X_2 + (-0,533)X_3 + e$$

Hasil uji statistik di atas menunjukkan bahwa variabel Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Kualitas Produk (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y). Dari hasil persamaan regresi

Hasil Uji Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,690	2,036		1,321	,198
Pelayanan	,581	,147	,511	3,950	,001
Harga	1,049	,162	,875	6,477	,000
Kualitas Produk	-,533	,175	-,481	-3,039	,005

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

1) Pelayanan (X1)

Pelayanan (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 3,950, nilai ini lebih besar dari t tabel (2,05183) dan Sig t (0,001) lebih kecil dari 5% (0,05). Sehingga pengujian hipotesis penelitian untuk Ho ditolak dan H1 diterima.

2) Harga (X2)

Harga (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 6,477 , nilai ini lebih besar dari t tabel (2,05183) dan Sig t (0,000) lebih kecil dari 5% (0,05). Sehingga pengujian hipotesis penelitian untuk Ho ditolak dan H1 diterima.

3) Kualitas Produk (X3)

Potongan Harga (X3) memiliki nilai t hitung sebesar (-3,039). Nilai ini lebih besar dari t tabel (2,05183) dan Sig t (0,005) lebih kecil dari 5% (0,05). Sehingga pengujian hipotesis penelitian untuk Ho ditolak dan Ha diterima.

Hasil Uji Statistik Simultan (F test)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	46,865	3	15,622	34,416	,000 ^b
	Residual	11,802	26	,454		
	Total	58,667	29			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Pelayanan , Harga

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel di atas menunjukkan bahwa F hitung sebesar 34,416 dengan signifikansi sebesar 0,000^b. Nilai F hitung (34,416) yang lebih besar dari F tabel (3,35) dan Sig F (0,000^b) yang lebih kecil dari 5% (0,05) menunjukkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak yang berarti bahwa secara bersama-sama variabel Pelayanan(X1), Harga(X2) dan Kualitas Produk (X3) berpengaruh secara simultan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sehingga model regresi dapat dipakai untuk memprediksi pengaruh ketiga variabel yang telah dikemukakan diatas secara bersama-sama.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,894 ^a	,799	,776	,674

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Pelayanan , Harga

Berdasarkan output SPSS model summary diketahui besarnya R² adalah 0,799 yang berarti sebanyak 79,9% variasi variabel Kepuasan Konsumen(Y) dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yakni Pelayanan (X1), Harga(X2) dan Kualitas Produk(X3), sedangkan sisanya (100% - 79,9%=20,1%) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar variabel yang telah digunakan dalam penelitian kali ini.

Pembahasan

Pengaruh Pelayanan (X1) Terhadap kepuasan Konsumen (Y)

Hasil uji parsial variabel Pelayanan (X1) menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,950 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,05183, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, artinya bahwa variabel Pelayanan (X1) pada penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Pengaruh Harga (X2) Terhadap kepuasan Konsumen (Y)

Hasil uji parsial variabel Harga (X2) menunjukkan nilai t hitung sebesar 6,477 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,05183, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, artinya bahwa variabel Harga (X2) pada penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Pengaruh Kualitas Produk (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil uji parsial variabel Kualitas Produk(X3) menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,039 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,05183, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, artinya bahwa variabel Kualitas Produk (X3) pada penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Pengaruh Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Kualitas Produk (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil uji simultan pada penelitian ini menunjukkan nilai f hitung sebesar 34,416 lebih besar dari nilai f tabel sebesar 3.35, maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak, artinya bahwa ketiga variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Kualitas Produk (X3) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap Kepuasan Konsumen.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dalam penelitian ini, maka menghasilkan kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Hasil uji parsial variabel Pelayanan(X1) menunjukkan nilai t hitung lebih besardari nilai t tabel, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, artinya bahwa variabel Pelayanan(X1) pada penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap KepuasanKonsumen(Y).
2. Hasil uji parsial variabel Harga(X2) menunjukkan nilai t hitung lebih besardari nilai t tabel, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, artinya bahwa variabel Harga(X2) pada penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap KepuasanKonsumen(Y).
3. Hasil uji parsial variabel KualitasProduk(X3) menunjukkan nilai t hitung lebih besardari nilai t tabel, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, artinya bahwa variabel

KualitasProduk(X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4. Hasil uji simultan pada penelitian ini menunjukkan nilai f hitung lebih besar dari nilai f tabel, maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak, artinya bahwa ketiga variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Pelayanan (X1), Harga (X2), dan KualitasProduk(X3) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap Kepuasan Konsumen.

Saran

Saran-saran yang diajukan oleh penulis berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan
 - a. Perusahaan perlu meningkatkan Kualitas Pelayanan untuk memberikan Kepuasan pada Konsumen dengan cara meningkatkan produktifitas dan program kerja training setiap bulan demi mewujudkan dan memberikan nilai kepuasan pada konsumen.
 - b. Perusahaan harus memberikan program diskon pada harga yang ditentukan oleh perusahaan agar konsumen atau pelanggan yang membeli produk di perusahaan merasa terpuaskan dengan harga perusahaan.
 - c. Perusahaan harus meningkatkan kualitas produk yang di jual dan meningkatkan nilai bahan baku dengan cara memilih bahan yang berkualitas untuk memaksimalkan kepuasan pada
 - d. konsumen agar mempunyai kepercayaan bahwasanya produk yang di pasarkan berkualitas dan tahan lama.
2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen, seperti penerapan bauran pemasaran dan sebagainya.
 - b. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dalam mengkaji tentang Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia,siti. Jurnal Pendidikan Tata Niaga(JPTN) Vol 4, No 3 (2016) Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Depot Pak Qomar surabaya)
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id>
- Donni Juni, Priansa,(2017) Dalam Buku Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer.
- Dita Amanah, Jurnal keuangan & bisnis (2010), Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan
- Kuntari,bela dwi,kelompok, Jurnal Administrasi Bisnis (2016).Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Bengkel Pt Astra International Tbk – Daihatsu Malang) <https://administrasibisnis.studentjournal.ub.as.id>
- Piliph,kotler (2013) dalam bukunya manajemen pemasaran hal 12
- Ramhahwati,suci (2017).Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan Bebek Bakar Madu.
<https://repository.pelitabangsa.ac.id>
- Riza firdaus,M.Jurnal Wawasan Manajemen, Vol.2,No3 (2014) Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Telkom Speedy Di Palangka Raya).
- Suharyono,kelompok,Jurnal Administrasi Bisnis Vol.15No.1(2014). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. (Studi Pada Pelanggan McDonald's MT.HaryonoMalang)
<https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>
- Yemima (2019). Pengaruh kualitas produk,kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah berdampak pada kepuasan nasabah.