

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Mandar Sutera di Campalagian.

Nurmila¹, Mujirin M Yamin², Nursyam Anwar³, Rahmat Ghazali⁴

*Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sulawesi Barat
Jl. Prof.Dr.Baharuddin Lopa, SH,Lutang,Majene,Sulawesi Barat
nmila6950@gmail.com*

Abstract. In order to survive in business competition and be able to create and maintain customer satisfaction, business actors must maximize their performance through price, product quality, and service quality. The goal of this study was to find out how customer satisfaction at the Mandar Sutera Store was affected by price, product quality, and service quality. Quantitative research employing multiple linear regression analysis is the method of choice. The hypothesis testing revealed that the Mandar Sutera Store's customer satisfaction is influenced in part and simultaneously by price, product quality, and service quality.

Keywords: Price; product quality; service quality; customer satisfaction

Abstrak. Agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis dan mampu menciptakan serta mempertahankan kepuasan pelanggan, pelaku usaha harus memaksimalkan kinerjanya melalui harga, kualitas produk, dan kualitas layanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan pada Toko Mandar Sutera dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda merupakan metode pilihan. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan Toko Mandar Sutera dipengaruhi sebagian dan secara simultan oleh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan.

Kata kunci: Harga; kualitas layanan; kualitas produk; kepuasan pelanggan.

1. Pendahuluan

Perkembangan zaman menyebabkan pertumbuhan industri yang meningkat sangat pesat disegala jenis bidang usaha dan diberbagai jenis perusahaan, terjadi perkembangan industri yang terus maju mengakibatkan persaingan antar perusahaan karna mereka harus mampu bersaing lebih kompetitif lagi pada hal membangun dan mempertahankan loyalitas konsumen atau acapkali dianggap pelanggan. berkembangnya zaman juga terlihat dari perubahan gaya hidup dalam berbusana atau berpakaian seorang individu atau kelompok masyarakat akibat arus globalisasi budaya yang semakin bebas. Industri *Fashion* khususnya di bidang pakaian telah memberikan dampak yang tinggi pada dunia dan cara hidup, fashion tidak sekedar busana saja, melainkan meliputi peran dan makna pakaian dalam aksi sosial. Seiring dengan meningkatnya pangsa pasar akan produk dan jasa maka Mandar Sutera tampil untuk menjawab tantangan pangsa pasar khususnya yang ada di Kabupaten Polewali Mandar dengan berdasarkan acuan mencari laba koperasi dan memenuhi kebutuhan masyarakat atas barang yang diproduksi. Harga dan kualitas suatu produk maupun pelayanan mempengaruhi perilaku konsumen saat membeli barang atau jasa. Beberapa pelanggan Toko Mandar Sutera mengeluhkan harga produk yang mereka beli cenderung lebih mahal dari produk toko lain. Hal ini mempengaruhi kepuasan pelanggan yang menggunakan produk dari Toko Mandar Sutera, meskipun sebagian pelanggan juga beranggapan bahwasanya barang dengan harga tinggi adalah barang berkualitas.

Kualitas produk memiliki dampak besar pada kesuksesan dan pertumbuhan perusahaan. Pelanggan selalu ingin membeli produk yang bagus dengan harga yang sesuai, Toko Mandar Sutera merupakan toko diminati oleh masyarakat sebab kualitas produknya ditawarkan lebih maju dari kualitas produk yang ditawarkan kompetitor. Kualitas layanan jadi salah satu hal juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, beberapa pelanggan yang sering melakukan pembelian langsung di Toko Mandar Sutera mengatakan bahwa ekspektasi mereka akan kualitas layanan yang ditawarkan dengan yang didapatkan tidak sesuai disebabkan kurangnya jumlah pegawai. Tuntutan kualitas pelayanan dari pelanggan mengharuskan adanya pergeseran dari paradigma lama ke paradigma baru. Kualitas layanan memotivasi bisnis untuk benar-benar memahami kebutuhan dan harapan pelanggan. Jika pelanggan menerima layanan yang unggul atau sebanding, mereka akan puas dan kemungkinan akan kembali, dan sebaliknya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) Dalam pengertian yang lebih umum, harga adalah jumlah dari semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dan memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Dalam arti sempit, harga adalah jumlah yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) Kualitas adalah kelebihan pada produk dalam fungsinya, yang meliputi karakteristik produk seperti ketahanan yang menyeluruh, kelebihan, akurasi, kenyamanan, pengoperasian dan pemeliharaan produk.

Menurut Danang Suntoyo (2015:140) kepuasan pelanggan merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja di suatu tempat. Jika konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya dan menceritakan pengalaman menyenangkan mereka dengan suatu produk kepada orang lain.

Menurut Mahmoedin dalam artikel jurnal Mariansyah dan Syarif (2020), kualitas pelayanan merupakan aktivitas yang tidak terlihat keterjadiannya output hubungan diantara konsumen terhadap karyawan, atau "hal-hal yang diberikan oleh perusahaan dalam memberi pelayanan yang ditujukan untuk memecahkan masalah" konsumen.

Penelitian saat ini bertujuan mengetahui pengaruh hubungan harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Mandar Sutera.

2. Metode Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini dengan menggunakan jenis penelitian kuantitatif. menurut Sugiyono (2019:7) jenis penelitian kuantitatif ini ialah riset data berupa angka dan analisis memakai statistik. Penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu suatu teknik penelitian dengan mengumpulkan data dari suatu lokasi melalui penggunaan kuesioner untuk mengumpulkan data yaitu terkait dalam tujuan penelitian.

Data kuantitatif yaitu data yang mempunyai skor atau berupa angka (analisis level). Data ini dapat berupa angka atau skor, dan biasanya dikumpulkan dengan bantuan alat pengumpulan data yang tanggapannya berupa rentang skor atau pertanyaan berbobot.

1. Data primer

Menurut Azmer dalam Yahya (2018) Data primer adalah temuan berupa data didapat secara langsung dalam subjek penelitian dengan cara memakai pengukur atau benda pengambil data dalam subjek sebagai suatu informasi yang dibutuhkan. Data primer dari penelitian kali ini didapat langsung melalui keluaran wawancara dan penyebaran kuesioner kepada pelanggan Toko Mandar Sutra Di Campalagian.

2. Data sekunder

Menurut Azwar dalam Yahya (2018) Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari pihak lain, tidak diperoleh langsung oleh peneliti. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari Toko Mandar Sutra di Campalagian. Selain itu, berbagai bahan bacaan, seperti buku, jurnal, surat kabar, dan media informasi lainnya.

Menurut Sugioyono (2019:80) Populasi adalah cakupan generalisasi dari: objek dan subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh para peneliti agar dikaji kemudian ditarik kesimpulan, populasi tidak sekedar jumlah objek dan subjek yang dikaji, namun mencakup semua karakteristik dan sifat yang dimiliki subjek dan objek itu. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah ke toko Mandar Sutra, karena jumlahnya terbilang sangat banyak, sehingga perlu pengambilan sampel dalam penelitian ini.

Menurut Sugiyono (2019:81), sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki populasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang akan digunakan dalam penelitian. Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*.

Menggunakan persyaratan Hair et al, yang menyatakan bahwa jumlah sampel yang diambil harus minimal lima kali jumlah parameter yang digunakan pada penelitian, menentukan jumlah sampel. Jumlah responden pada penelitian ini adalah $5 \times 16 = 80$ karena digunakan 16 indikator sebagai item pertanyaan dalam kuesioner. Kemudian dari 80 responden ini, maka penentuan sampel pada penelitian kali ini yaitu sebagai berikut :

1. Pria dan wanita berusia <20 tahun - >50 tahun.
2. Konsumen yang melakukan pembelian minimal dua kali di Toko Mandar Sutera.

Sugiyono (2019:142) kuesioner adalah metode pengumpulan informasi yang dilakukan dengan cara memberikan sekumpulan pertanyaan atau penjelasan tertulis ke responden agar dijawab. Skala Likert (dari 1 sampai 5) digunakan untuk mengukur semua indikator untuk setiap variabel.

Tabel 1 Instrumen Skala Likert

No	Item Instrument	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang setuju	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Menurut Sugiyono (2019 :145) observasi adalah cara mengumpulkan data yang memiliki ciri khusus jika dibanding dengan cara lainnya. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam lainnya. Observasi pada penelitian kali ini yaitu melakukan observasi secara langsung dilapangan agar diketahui k yang konsumen atau pelanggan yang sebenarnya pada Toko Mandar Sutera untuk mengetahui strategi apa yang baik diterapkan dalam memberikan kepuasan pelanggan.

Data primer diperoleh melalui wawancara, yaitu percakapan antara dua orang, pewawancara (interviewer) mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewee) menanggapi pertanyaan tersebut.

Legitimasi dan Uji Kualitas yang Tak Tergoyahkan. Validitas kuesioner dapat dievaluasi dengan melalui uji validitas. Dengan menggunakan program SPSS, validasi diuji dengan kriteria jika r hitung lebih besar dari r tabel maka item pernyataan kuesioner valid, dan jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka item pernyataan kuesioner dinyatakan tidak valid. Menurut Ferdinad dalam Adi (2012), uji reliabilitas suatu instrumen dan data yang dihasilkannya dianggap reliabel atau dapat dipercaya jika secara konsisten menghasilkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran. Kuesioner dikatakan reliabel jika hasil koefisien Alpha (α) lebih besar dari 60% atau tingkat signifikansi 0,6.

Uji asumsi yang klasik. Uji normalitas digunakan sebagaimana dikemukakan oleh Ghozali dalam Adi (2012), untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat atau keduanya dalam model regresi berdistribusi normal. Model regresi yang baik harus memiliki distribusi data normal atau distribusi data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal. Uji multikolinearitas sebagaimana dikemukakan oleh Ghozali dalam Adi (2012) bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel independen. Dalam model regresi yang andal, seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen. Nilai toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dapat digunakan untuk menentukan apakah model regresi multikolinear. Tidak ada bukti multikolinearitas jika nilai toleransi dan nilai VIF lebih kecil dari 0,10. Motivasi di balik uji heteroskedastisitas ini adalah untuk melihat apakah ada variasi dalam kegelisahan antara persepsi yang tertinggal dalam model relaps. Diagram sebar atau nilai yang diharapkan dari variabel yang bergantung, SREDSID, dengan sisa kesalahan, ZPREI, dapat digunakan untuk menentukan apakah model relaps langsung yang berbeda menunjukkan heteroskedastisitas. Model yang baik adalah model yang tidak memiliki heteroskedastisitas.

Pengaruh variabel independent harga, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. persamaan matematis dalam regresi linear berganda yaitu:

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

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel harga (X1), variabel kualitas produk (X2), dan variabel kualitas pelayanan (X3) benar-benar berpengaruh secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). Dengan syarat jika thitung < ttabel, maka H0 diterima dan sebaliknya benar, maka kriteria uji memiliki tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05. Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) secara simultan pada tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 5\%$. Kriteria pengujianya adalah H0 ditolak jika F hitung lebih besar dari F tabel, dan berlaku sebaliknya untuk H0.

Menurut Ghazali dalam Adi (2012), mengatakan bahwa koefisien determinasi (R²) pada dasarnya menunjukkan seberapa baik model dapat menjelaskan perubahan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar dari 0 sampai 1. Nilai R² yang rendah sangat membatasi kapasitas variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Sebagian besar informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen dapat ditemukan pada variabel independen jika nilainya mendekati satu.

3. Hasil dan Pembahasan

Pengujian validitas pada penelitian kali ini ditemukan bahwasanya pernyataan valid sebab memenuhi syarat minimum agar kuesioner valid adalah harus lebih tinggi dari nilai r tabel 0,219. Disisi lain pengujian reliabilitas memperlihatkan variabel secara menyeluruh dinyatakan reliabel.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Standar Alpha	Keterangan
1	Harga	0,883	0,60	Reliabel
2	Kualitas Produk	0,898	0,60	Reliabel
3	Kualitas Layanan	0,857	0,60	Reliabel
4	Kepuasan Pelanggan	0,882	0,60	Reliabel

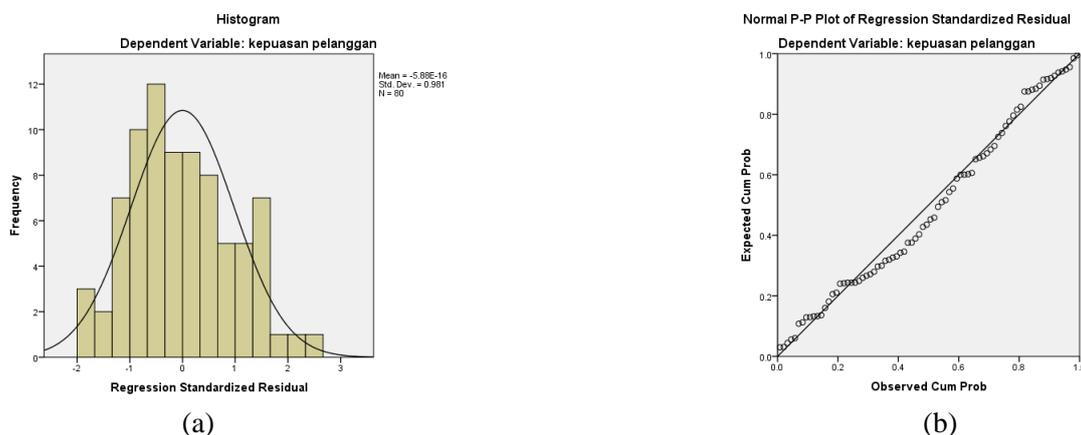
Uji reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan program statistik SPSS diperoleh koefisien Cronbach Alpha untuk variabel penelitian yaitu variabel harga sebesar 0,883, kualitas produk sebesar 0,898, kualitas pelayanan yang memiliki nilai 0,857, dan kepuasan pelanggan yang memiliki nilai 0,882

Tabel 3 Hasil Uji One Sample Kolmogorov Smirnov

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		80
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	2.92364786
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.082
	<i>Positive</i>	.082
	<i>Negative</i>	-.067
<i>Test Statistic</i>		.082
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 ^{c,d}

Tingkat signifikansi Asymp diketahui dari tabel keluaran sebelumnya. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 lebih penting dari 0,05. Oleh karena itu, kerangka pengambilan keputusan uji normalitas Kolmogorov-

Smirnov memungkinkan kesimpulan bahwasanya data terdistribusi dengan baik atau normal. Akibatnya, asumsi dan persyaratan normalitas model regresi telah terpenuhi..



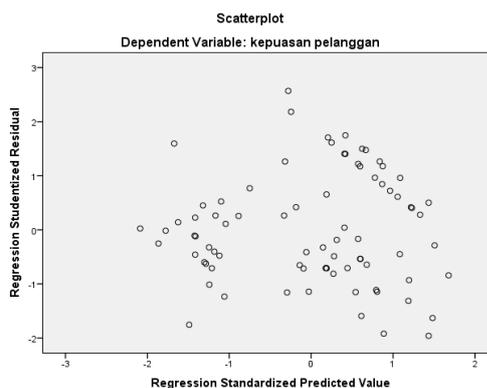
Gambar 1 (a) Uji Grafik Histogram ; (b) Uji Normal P-Plot

Fakta bahwa histogram menampilkan pola distribusi yang mengikuti arah garis grafik pada tampilan di atas menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal. Fakta bahwa titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonal pada uji P-plot normal di atas menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4 Hasil Uji Multikolernitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Harga	.601	1.664
Kualitas Produk	.649	1.540
Kualitas Layanan	.765	1.307

Tabel output di bagian *Collinearity Statistics* menunjukkan bahwa nilai toleransi untuk harga (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas layanan (X3) masing-masing lebih besar dari atau sama dengan 0,10. Selain itu, nilai VIF untuk variabel harga (X1) sebesar 1,664, nilai VIF untuk kualitas produk (X2) sebesar 1,540, dan nilai VIF untuk kualitas pelayanan (X3) sebesar 1,307 lebih rendah dari 10,00. Oleh karena itu berdasarkan dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan tanda-tanda multikolinearitas.



Gambar 2 hasil uji Heteroskedastisitas

fakta bahwa plot data untuk masing-masing variabel independen tersebut terdistribusi secara tidak beraturan, tidak terdapat struktur yang ambigu, dan juga bahwa titik-titik tersebar dibagian atas dan dibagian bawah angka 0 pada sumbu di Y menunjukkan bahwa varians (varians) masing-masing variabel independen tidak berbeda secara signifikan. Model regresi tak mempunyai kesalahan atau tanda heteroskedastisitas.

Tabel 5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
constant	1.768	2.804			.630	.530
Harga	.360	.092	.365		3.903	.000
Kualitas produk	.234	.085	.248		2.763	.007
Kualitas layanan	.374	.090	.346		4.173	.000

Hasil analisis tabel diatas maka dapat dikemukakan model regresi yang diperoleh tersebut yaitu :

$$Y = 1,768 + 0,360X_1 + 0,234X_2 + 0,374X_3 + e$$

Persamaan linear tersebut dapat di implikasikan dibawah ini, yaitu :

1. Nilai konstanta $\alpha = 1,768$

Nilai konstan ini memperlihatkan bahwasanya jika X (harga, kualitas produk dan kualitas layanan) konstan atau $X=0$, maka kepuasan pelanggan sebesar 1,768.

2. Nilai koefisien regresi harga (X_1) = 0,360

Memperlihatkan bahwasanya disetiap terjadi perubahan dalam satuan variabel harga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,360.

3. Nilai koefisien regresi kualitas produk (X_2) = 0,234

Memperlihatkan bahwasanya disetiap terjadi berubah satu satuan variabel kualitas produk akan menambah kepuasan pelanggan sebesar 0,234.

4. Nilai koefisien regresi kualitas layanan (X_3) = 0,374

Memperlihatkan bahwasanya disetiap terjadi perubahan dalam satuan variabel harga dapat menambah kepuasan pelanggan sebesar 0,374.

Tabel 6 Hasil Uji T

Model	t	Sig.
Constant	.630	.530
Harga	3.903	.000
Kualitas produk	2.763	.007
Kualitas layanan	4.173	.000

Nilai t tabel pada α 5 % dengan jumlah sampel n dikurangkan k (jumlah variabel) pada penggunaannya, sehingga didapat t tabel sebesar 1,66488.

1. Nilai pada t hitung variabel harga (X_1) yaitu ditingkat 3,903 lebih tinggi dibanding point t tabel 1,66488 pada nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga bisa disimpulkan bahwasanya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebab poin t hitung $>$ t tabel dan poin signifikansi yaitu sedikit dari 0,05 (tingkat α) oleh sebab itu H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Variabel kualitas produk (X_2) memiliki nilai t hitung sebesar 2,763 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,66488 dan memiliki tingkat signifikansi 0,007 $<$ 0,05. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (tingkat alfa), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Akibatnya, H_0 ditolak dan H_a diterima.

3. Variabel kualitas pelayanan (X3) memiliki nilai t hitung sebesar 4,173 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,66488 dan memiliki tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Karena t hitung > t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (tingkat alfa), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Akibatnya, Ho ditolak dan Ha diterima.

Tabel 7 Hasil Uji F

Tingkat signifikansi 5% (= 0,05) atau tingkat kepercayaan 95% digunakan.

Model	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Regression</i>	1018.280	3	339.427	38.202	.000 ^b
<i>Residual</i>	675.270	76	8.885		
<i>Total</i>	1693.550	79			

Seperti terlihat pada tabel sebelumnya, nilai F hitung adalah 38,202, dan tingkat signifikansinya adalah 0,000. dimana 0,000 atau lebih besar adalah tingkat signifikansi 0,05. Ho ditolak dan Ha diterima jika dapat disimpulkan bahwa variabel bebas harga (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) semuanya berpengaruh terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan (Y).

Tabel 8 Koefisien Determinasi

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.775 ^a	.601	.586	2.98079

Tabel model Summary menampilkan nilai koefisien determinasi di atas kolom R Square. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 60,1% terhadap keragaman kepuasan pelanggan di toko Mandar Sutera, sedangkan sisanya sebesar 39,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

1) Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini mengasilkan kesimpulan bahwasanya harga secara menyeluruh atau parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Mandar Sutera, dapat dijelaskan dengan melihat bahwa tidak sedikit responden atau pelanggan yang mengatakan bahwasanya harga yang ditawarkan oleh Toko Mandar Sutera mempunyai kesesuaian dengan kualitas serta manfaat dari barang pelanggan terima. Ketika pelanggan mengeluarkan nominal uang sesuai dengan yang diharapkannya untuk produk yang ditawarkan, sehingga kepuasan pelanggan terus bertambah atau meningkat.

2) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas produk mempunyai pengaruh baik serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Mandar Sutera, sebagian besar responden atau pelanggan mengatakan semakin baik kualitas produk yang di tawarkan oleh Toko Mandar Sutera, kepuasan pelanggan akan meningkat. Dan yang paling mendominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah menyediakan produk yang bervariasi dan menawarkan kualitas produk yang lebih bagus dibandingkan Toko lain.

3) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh secara baik dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Mandar Sutera. Dari hal-hal yang peneliti lakukan selama berada di Toko Mandar Sutera dan melakukan survei, terlihat bahwa beberapa responden atau pelanggan menyatakan bahwa mereka merasa aman dan nyaman melakukan transaksi

pembelian/pemesanan dan setuju tentang pentingnya jaminan terhadap suatu produk di Toko Mandar Sutera. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan Toko Mandar Sutera maka kepuasan yang di rasakan bagi pelanggan juga dapat semakin meningkat.

4) Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, dan kualitas layanan, yang dibuktikan dengan uji hipotesis. Pengujian nilai F hitung sebesar 38,202 dengan tingkatan signifikansi 0,000 yang lebih rendah daripada tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 0,05 menunjukkan hal tersebut. Dengan kata lain, hipotesis bahwa kepuasan pelanggan Toko Mandar Sutera secara signifikan dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama diterima.

4. Kesimpulan

1. Harga mempunyai pengaruh baik serta signifikan bagi kepuasan pelanggan pada Toko Mandar Sutera
2. Kualitas produk mempunyai pengaruh baik serta signifikan bagi kepuasan pelanggan pada Toko Mandar Sutera
3. Kualitas layanan berpengaruh baik serta signifikan bagi kepuasan pelanggan pada Toko Mandar Sutera
4. Harga, kualitas produk dan kualitas layanan secara bersama- sama berpengaruh bagi kepuasan pelanggan pada Toko Mandar Sutera, oleh karena itu disimpulkan bahwasanya dengan harga, kualitas produk dan kualitas layanan yang baik maka kepuasan pelanggan Toko Mandar Sutera akan meningkat.

Ucapan Terimakasih

Terima Kasih Sebesar-besarnya pada Bapak, Mama, Kakak dan Adik serta semua keluarga tercinta yang selama ini memberikan bantuan serta dukungan baik itu secara moril maupun materil. Untuk pemilik toko Mandar Sutera dan para responden yang ikut memberikan bantuan serta seluruh dosen-dosen dan staff-staff Universitas Sulawesi Barat yang telah ikut membantu penulis dalam menyelesaikan artikel jurnal ini. Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu tanpa bisa saya sebutkan satu persatu.

Referensi

- Adi, A. F. (2012). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang)*. Universitas Diponegoro, Ekonomika Dan Bisnis, Semarang.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jilid 1, 13 Ed.). Jakarta, Indonesia: Erlangga.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilman*, 3(2), 134-146.
- Yahya, H. D. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Dany Bojonegoro*. Universitas Islam Indonesia, Fakultas Ekonomi, Yogyakarta.