

## PENGARUH KUALITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PEJAHIT SAHABAT JL.PATUAN ANGGI PANCURAN GEROBAK, KOTA SIBOLGA

Glaxy Rezeki Hutagalung<sup>1</sup>, Hadijah Sipahutar<sup>2</sup>, Tiurlina Hasmawati Sihite<sup>3</sup>

Prodi Manajemen Perusahaan STIE Al-Washliyah Sibolga/Tapanuli Tengah  
Address : Jl. Padang Sidempuan No.98, Sarudik, Kec. Sarudik, Kabupaten Tapanuli Tengah,  
Sumatera Utara 22531

Correspondence : [glaxyrezeki16@gmail.com](mailto:glaxyrezeki16@gmail.com)<sup>1</sup>  
[hadijahsipahutar@gmail.com](mailto:hadijahsipahutar@gmail.com)<sup>2</sup>, [tiurlinasihite@yahoo.com](mailto:tiurlinasihite@yahoo.com)<sup>3</sup>

### Abstrak

Kualitas dan harga merupakan variabel yang dapat memberi rasa kepuasan pelanggan, kedua elemen tersebut menjadi faktor pembeda setiap produk, jika kualitas dan harga dapat sesuai dengan ekspektasi konsumen, maka rasa kepuasan akan didapat konsumen. tujuan penelitian ini yaitu: Untuk Mengetahui Seberapa Besar Pengaruh Kualitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Penjahit Sahabat Jl. Patuan Anggi Pancuran Gerobak, Kota Sibolga. Hipotesis penelitian ini, yaitu : Ada Pengaruh Kualitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Penjahit Sahabat Jl. Patuan Anggi Pancuran Gerobak, Kota Sibolga. Jumlah populasi sebanyak 120 orang dan sampel 30 orang. Jenis data digunakan data primer dan sekunder. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ditemukan Ada pengaruh kualitas secara individual terhadap kepuasan pelanggan pada Penjahit Sahabat di mana di mana nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,038 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,042 ( $3,038 > 2,042$ ) atau signifikan ( $Sig-t$ ) sebesar 0,005 lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05). Ada pengaruh harga secara individual terhadap kepuasan pelanggan pada Penjahit Sahabat di mana di mana nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,369 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,042 ( $3,369 > 2,042$ ) atau signifikan ( $Sig-t$ ) sebesar 0,002 lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05). Ada pengaruh kualitas dan harga secara serempak terhadap kepuasan pelanggan pada Penjahit Sahabat, dimana ditemukan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $17,177 > 3,32$ ) dan  $Sig.f$  (0,000<sup>a</sup>) lebih kecil dari alpha 5% (0,005). Besarnya pengaruh kualitas dan harga terhadap kepuasan pelanggan adalah 56% dan sisanya 44% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

**Kata Kunci** : *Kualitas, Harga dan Kepuasan Pelanggan*

### PENDAHULUAN

## **Latar Belakang Masalah**

Pada umumnya tujuan didirikan suatu perusahaan antara lain adalah untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan. Pencapaian tujuan perusahaan itu sendiri dapat dilakukan melalui kegiatan pemasaran untuk menjual hasil produknya. Kegiatan pemasaran memiunyai arti yang sangat penting bahkan dapat dikatakan sebagai ujung tombak perusahaan. Pasar yang kompleks, kompetisi yang gencar, dan konsumen yang banyak keinginan, semuanya adalah gambaran tentang persaingan pasar saat ini. Diketahui persaingan global pada saat ini sudah merupakan fenomena yang tak terhindarkan dalam dunia industri, yang ditandai dengan perubahan yang serba cepat di bidang komunikasi, informasi dan teknologi.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan (hasil) produk yang dipikirkan terhadap produk yang diharapkan. Kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kenyataan atau hasil yang didapat atau dirasakan oleh konsumen.

Penjahit Sahabat merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang jasa menjahit pakaian. Segmen pasarnya yaitu para pelanggan yang ingin membuat pakaian atau memperbaiki pakaian. Oleh karena itu kualitas produk dan harga, suatu hal yang dibutuhkan pelanggan.

Perusahaan yang mampu memahami perilaku pembelian konsumen, mereka yang akan memenangkan persaingan. Perusahaan yang memahami keinginan dan kebutuhan konsumen akan lebih mengerti bagaimana melakukan strategi-strategi yang efektif agar melakukan pembelian dan selanjutnya melakukan pembelian ulang.

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan yang bangkrut dikarenakan mematok harga yang tidak cocok di pasar. Bisnis usaha menjahit sangatlah menjajikan, karena kebutuhan akan pakaian sangat tinggi. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan yaitu dengan memenangkan hati konsumen dalam hal pemenuhan kebutuhan konsumen. Harapan dari memenangkan hati konsumen adalah memperoleh kepuasan pelanggan.

### **Rumusan Masalah**

Setiap melakukan penelitian selalu bertitik tolak pada masalah yang timbul dan bagaimana solusi yang terbaik. Masalah yang timbul biasanya terjadi akibat dari tidak sesuai harapan dengan kenyataan yang terjadi

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **Kualitas**

Menurut **Deliyanti Oentoro (2012:128)** menyatakan bahwa : Kualitas menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayainya produk tersebut, ketepatan produk, mudah mengoperasikan dan memeliharanya serta atribut lain yang bernilai”.

Mendefinisikan kualitas produk adalah Keseluruhan ciri dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat.” **Kotler, (2016 : 189)**

#### **Harga**

Harga merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yang penting dalam pemasaran. Menurut **Stanton** dalam **Khotijah (2016 : 17)** mengartikan harga adalah “Jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya”

Harga adalah “Sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.” **Kotler dan Armstrong (2016 : 15)**

#### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah “Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap kenyataan yang diperoleh. **Kotler (2016 : 138)**

Kepuasan pelanggan merupakan “situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika mereka menyadari bahwa kebetulan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. **Tjiptono (2014 : 21)**

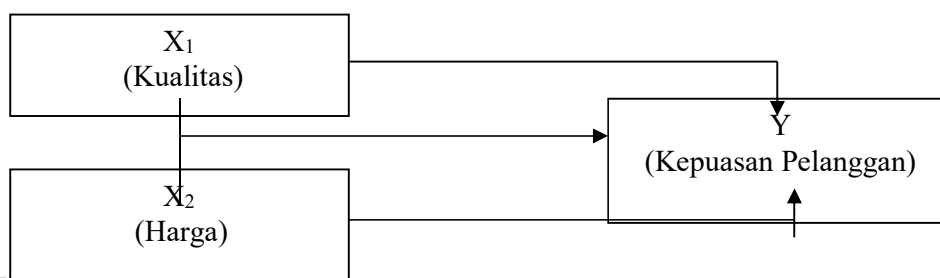
Definisi kepuasan pelanggan itu sangat bervariasi akan memberikan pemahaman yang lebih luas, **Tjiptono (2014 : 24)** yaitu:

1. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen

Merupakan respons konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*Disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

2. Mendefinisikan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu pelayanan.
3. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen  
Merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih melampaui harapan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.
4. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan

## 2.1 Kerangka Pikir Penelitian



Keterangan :

Kualitas : Variabel Bebas ( $X_1$ )

Harga : Variabel Bebas ( $X_2$ )

Kepuasan Pelanggan : Variabel Terikat ( $Y$ )

### Perumusan Hipotesis

Hipotesis adalah “Alternatif dugaan jawaban yang dibuat oleh peneliti bagi problematika yang diajukan dalam penelitian. Dugaan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sementara, yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian” (Arikunto, 2014 : 55).

Berdasarkan rumusan masalah dan pengertian hipotesis tersebut, penulis memberikan hipotesis penelitian ini, yaitu :

1. Ada Pengaruh Kualitas Pada Penjahit Sahabat Jl. Patuan Anggi Pancuran Gerobak, Kota Sibolga.
2. Ada Pengaruh Harga Pada Penjahit Sahabat Jl. Patuan Anggi Pancuran Gerobak, Kota Sibolga.

3. Ada Pengaruh Kualitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Penjahit Sahabat Jl. Patuan Anggi Pancuran Gerobak, Kota Sibolga.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis metode dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data penelitian yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari sumber asli (tanpa perantara). Menurut **Sugiyono (2012 : 308)**, sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari jawaban atas kuesioner yang dibagikan kepada responden

### **Populasi dan Sampel**

#### **Populasi**

Setiap pelaksanaan penelitian selalu berhadapan dengan objek yang diteliti, baik yang berupa manusia, benda maupun peristiwa yang dapat dijadikan sumber informasi. Menurut **Umar (2015 : 107)** mengatakan bahwa populasi adalah “Sebagai wilayah generalisasi yang didirikan dari objek dan subjek yang mempunyai karakteristik tertentu dan mempunyai karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel”.

Populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan”. (**Sugiyono, 2012:115**)

Populasi dalam penelitian ini, seluruh pelanggan yang menjahitkan pakaian dalam 1 (satu) bulan terakhir yang berjumlah 120 orang.

#### **Sampel**

Sampel adalah “Sebagian atau wakil populasi yang diteliti.” (**Arikunto, 2014 : 173**). Bila populasi besar dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Mengenai berapa jumlah populasi yang harus diambil dalam penelitian sampel, **Arikunto (2014 : 62)** menjelaskan bahwa “Sedikit-aneer, maka apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian

populasi. Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar dapat diambil 10%-15% atau 20%-25%". Sesuai dengan pendapat *Arikunto*, maka sampel dalam penelitian ini adalah 25% dari (120 orang), sehingga diperoleh berjumlah 30 orang

### **Jenis Dan Sumber Data**

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data penelitian yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari sumber asli (tanpa perantara). Menurut **Sugiyono (2012 : 308)**, sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sedangkan sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari jawaban atas kuesioner yang dibagikan kepada responden. Selain itu, data yang digunakan dalam penelitian ini juga berasal dari berbagai literatur seperti penelitian sebelumnya, dan buku-buku yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mengumpulkan data dari objek penelitian, penulis menggunakan metode-metode sebagai berikut:

#### **a. Metode Observasi**

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.

#### **b. Wawancara.**

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan responden dengan tujuan memperoleh data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

#### **c. Kuesioner.**

Kuesioner ini akan dibagikan kepada responden dengan mengajukan daftar pertanyaan atau pernyataan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti secara berstruktur yang dianggap perlu.

### **Teknik Analisis Data**

Statistik deskriptif dan statistik inferensial merupakan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Statistik deskriptif bertujuan untuk menjelaskan tanggapan responden terhadap variabel penelitian. Statistik inferensial digunakan untuk membuktikan hipotesis penelitian dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji t dan Uji F. Dalam melakukan analisis data, dilakukan tahap-tahap sebagai berikut :

### **Uji Validitas**

Uji validitas penelitian dilakukan ke 30 orang pelanggan Tukang Murni karena memiliki unit bisnis yang sama. Pengujian validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. “Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan mendapatkan (mengukur) data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”. (Situmorang dan Lufti, 2012:75). Sedangkan menurut Situmorang dan Lufti (2012:76), menyatakan validitas menunjukkan “Sejauhmana suatu alat pengukuran itu dapat mengukur apa yang ingin diukur”. Untuk menguji validitas, dilakukan dengan cara mengkolerasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Masing-masing item (skor butir) dilihat kolerasinya.

Menurut Azwar ( 2013 : 36 ). “Skor butuh yang valid apabila korelasinya  $\geq 0,3$  maka butir instrumen tersebut dinyatakan valid atau memiliki validitas konstruk yang baik”

### **Uji Reliabilitas**

Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat tersebut reliabel. Menurut Situmorang dan Lufti (2012 :79), reliabilitas adalah “Indeks yang menunjukkan sejauhmana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan”. Pengukur reabilitas yang penulis gunakan adalah *Internal Consistency Reliability*.

### **Uji asumsi klasik**

Penggunaan analisis regresi linear berganda untuk menganalisis data, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Model regresi linear berganda dapat digunakan apabila dalam uji asumsi klasik tidak terjadi pelanggaran atau telah memenuhi standar normalitas data asumsi klasik.

#### **a. Uji normalitas data**

Untuk mengetahui data yang digunakan sudah sesuai dengan asumsi klasik standar normalitas data, jika penyebaran data disekitaran dan mengikuti arah garis diagonal. Kalau ada pola pada grafik histogram, hal ini menunjukkan data berdistribusi normal, maka asumsi normalitas pada model regresi telah terpenuhi.

#### **b. Uji multikolinieritas**

Tujuan uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan hubungan antar variabel independen. Untuk memastikan model regresi yang digunakan baik, tidak ada hungan yang terjalin diantara variabel bebas. Untuk mengetahui ada multikolinieritas dengan melihat nilai toleransi variabel dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan pedoman

VIF > 10, maka diduga mempunyai persoalan multikolinieritas. VIF < 10, maka tidak terdapat multikolinieritas.

### c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji model regresi ada terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Kalau varians dari residual dari setiap pengamatan ke pengamatan selanjutnya lain tidak berubah, maka dikatakan heteroskedastisitas. Homokedastisitas merupakan model regresi yang yang baik. Ada kelemahan dari analisis grafik plot karena dipengaruhi oleh jumlah pengamatan, oleh karena itu untuk menjamin keakuratan hasil dilakukan uji statistic.

### Analisis Regresi Linear Berganda.

Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian adalah Analisis Regresi Linear Berganda, analisis regresi linear berganda ini dipilih karena variabel terikat dipengaruhi oleh lebih dari satu variabel bebas atau variabel penjelas. Metode analisis dibutuhkan untuk memecahkan perumusan masalah yang telah ditentukan sebelumnya.

Metode analisis akan berisikan alat yang akan digunakan untuk membuktikan hipotesis apakah dapat diterima atau ditolak nantinya berdasarkan kesesuaian dengan hasil yang diperoleh. Regresi linear berganda menggunakan model persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + e$$

di mana:

Y = Kepuasan pelanggan.

a = Konstanta.

b<sub>1</sub> = Koefisien Regresi Variabel Kualitas.

X<sub>1</sub> = Kualitas.

b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi Variabel Harga.

X<sub>2</sub> = Harga.

e = *error term*.

### Hasil Uji Regresi Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,828	5,864		,312	0,758



Kualitas	0,455	0,150	0,424	3,038	0,005
Harga	0,491	0,146	0,470	3,369	0,002

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil penelitian, data diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, maka model persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = 1,828 + 0,455 X_1 + 0,491 X_2$$

Pada model persamaan regresi linier berganda ini, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta (a) sebesar 1,828 menunjukkan nilai konstan memberi arti tanpa pengaruh variabel kualitas dan harga, maka kepuasan pelanggan pada Penjahit Sahabat hanya sebesar 1,828 satuan.
- 2) Nilai Koefisien regresi  $X_1$  untuk variabel kualitas bernilai positif sebesar 0,455 yang memberi arti bahwa pengaruh variabel kualitas searah dengan peningkatan kepuasan pelanggan pada Penjahit Sahabat. Hal ini menunjukkan variabel kualitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada Penjahit Sahabat. Dalam arti jika kualitas yang diberikan Penjahit Sahabat dapat diterima konsumen, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- 3) Nilai koefisien regresi  $X_2$  untuk variabel harga bernilai positif sebesar 0,491 yang memberi arti bahwa pengaruh variabel harga searah dan signifikan dengan peningkatan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam arti jika harga yang di tawarkan Penjahit Sahabat sesuai dengan keinginan konsumen, maka akan berdampak positif terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.

### Uji Hipotesis

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat dinilai dengan *goodness of fit*-nya. *Goodness of fit* terdiri dari nilai koefisien determinasi, nilai  $t$  dan  $F$ .

#### a. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Semakin nilai  $R^2$  mendekati satu maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai  $R^2$  semakin kecil maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen sangat terbatas.

### Uji Statistik *t*

Uji *t* pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Rumus *t* menurut Sugiyono (2012 : 250) yaitu :

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

*r* = korelasi xy yang ditemukan

*n* = jumlah sampel

*t* = *t* hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan *t*<sub>tabel</sub>

Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- 1). Jika nilai signifikansi  $t > 0,05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan) berarti secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi  $t \leq 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan) berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

### Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik *F*)

Uji statistik *F* merupakan uji model yang menunjukkan apakah model regresi *fit* untuk diolah lebih lanjut. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi  $F > 0,05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara simultan kedua variabel independen (kualitas dan harga) tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (minat beli).
- 2) Jika nilai signifikansi  $F \leq 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara simultan kedua variabel independen (kualitas dan harga) tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (minat beli).

Adapun rumus yang digunakan untuk uji signifikansi simultan (Uji Statistik *F*) menurut Sugiyono (2012 : 292) sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2 (N - m - 1)}{m(1 - R^2)}$$

### **Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Semakin nilai  $R^2$  mendekati satu maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai  $R^2$  semakin kecil maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen sangat terbatas.

### **Analisis Regresi Linear Berganda.**

Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian adalah Analisis Regresi Linear Berganda, analisis regresi linear berganda ini dipilih karena variabel terikat dipengaruhi oleh lebih dari satu variabel bebas atau variabel penjelas. Metode analisis dibutuhkan untuk memecahkan perumusan masalah yang telah ditentukan sebelumnya.

Metode analisis akan berisikan alat yang akan digunakan untuk membuktikan hipotesis apakah dapat diterima atau ditolak nantinya berdasarkan kesesuaian dengan hasil yang diperoleh. Regresi linear berganda menggunakan model persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + e$$

di mana:

Y = Kepuasan pelanggan.

a = Konstanta.

$b_1$  = Koefisien Regresi Variabel Kualitas.

$X_1$  = Kualitas.

$b_2$  = Koefisien Regresi Variabel Harga.

$X_2$  = Harga.

e = *error term*

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Penjahit Sahabat merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa dalam pembuatan pakaian yang sudah berdiri sejak lama, tepatnya pada tahun 1995. Awal mula didirikan oleh seseorang yang bernama Bpk. Syamsuar Chaniago, beliau merupakan seseorang kelahiran putra daerah Sumatera Barat yang telah merantau menimba ilmu di berbagai daerah Padang dan Medan sejak beliau masih ber usia 18 tahun.

---

*Received Desember 12, 2022; Revised Januari 2, 2023; Accepted Februari 18, 2023*

\*Corresponding author, e-mail galaxyrezeki16@gmail.com

Beliau belajar di suatu tempat penjahit yang terkenal di daerah Medan. Setelah banyak menimba ilmu di tempat tersebut beliau memutuskan untuk membuka usahanya sendiri di tahun 1995 dengan membuka toko jahit yang pertamanya. Dengan usaha yang merintis dari 0 (nol), tentu pasang surut orderan yang tidak menentu.

Namun beliau tetap yakin akan mengembangkan usaha jasa jahitnya, karena beliau percaya dengan kemampuan dirinya. Alhasil setelah beberapa bulan berlanjut pesanan baju mulai menghampiri Penjahit Sahabat dengan mengedepankan moto " *kepuasan pelanggan adalah yang utama*".

Memang toko jahitnya tidak mewah atau bahkan mirip dengan rumah toko yang sempit namun kalau berbicara dengan masalah kualitas mampu bersaing dengan toko-toko jahit yang mewah dan terkenal.

### Jumlah Pelanggan Tetap Penjahit Sahabat

Bulan	2017	2018	2019	2020	2021
Januari	129	131	131	134	135
Februari	114	119	134	138	149
Maret	119	122	126	127	130
April	125	129	130	128	131
Mei	110	113	119	123	125
Juni	124	129	134	138	140
Juli	113	124	126	129	131
Agustus	125	126	129	136	147
September	120	122	123	125	126
Oktober	133	140	139	138	141
November	125	122	127	135	147
Desember	113	118	119	123	128
<b>Jumlah</b>	<b>250</b>	<b>295</b>	<b>337</b>	<b>374</b>	<b>430</b>

Sumber : Penjahit Sahabat (2022)

### Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian

No Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b>Variabel X<sub>1</sub> (Kualitas)</b>			
Item 1	0,680	0,30	Valid
Item 2	0,804	0,30	Valid
Item 3	0,526	0,30	Valid
Item 4	0,624	0,30	Valid
Item 5	0,811	0,30	Valid
Item 6	0,408	0,30	Valid
Item 7	0,692	0,30	Valid
Item 8	0,792	0,30	Valid
Item 9	0,580	0,30	Valid

Item 10	0,748	0,30	Valid
<b>Variabel X<sub>2</sub> (Harga)</b>			
Item 1	0,621	0,30	Valid
Item 2	0,741	0,30	Valid
Item 3	0,492	0,30	Valid
Item 4	0,650	0,30	Valid
Item 5	0,598	0,30	Valid
Item 6	0,493	0,30	Valid
Item 7	0,751	0,30	Valid
Item 8	0,711	0,30	Valid
Item 9	0,737	0,30	Valid
Item 10	0,773	0,30	Valid
<b>Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)</b>			
Item 1	0,696	0,30	Valid
Item 2	0,708	0,30	Valid
Item 3	0,649	0,30	Valid
Item 4	0,619	0,30	Valid
Item 5	0,642	0,30	Valid
Item 6	0,593	0,30	Valid
Item 7	0,712	0,30	Valid
Item 8	0,676	0,30	Valid
Item 9	0,552	0,30	Valid
Item 10	0,700	0,30	Valid

Sumber : Hasil penelitian, data diolah (2022)

Dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan variabel kualitas ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) serta kepuasan pelanggan ( $Y$ ) dinyatakan valid, karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau  $r_{hitung} > 0,30$ , sehingga dapat digunakan untuk penelitian.

### Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

No	Variabel	Cronbach's alpha	r kritis	Keterangan
1	Kualitas	0,864	0,60	Reliabilitas
2	Harga	0,855	0,60	Reliabilitas
3	Kepuasan pelanggan	0,849	0,60	Reliabilitas

Sumber : Hasil penelitian, data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui nilai *Cronbach's alpha* masing-masing variabel kualitas ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) dan kepuasan pelanggan ( $Y$ ) lebih besar dari 0,60 (*Cronbach's alpha* > 0,60), sehingga dapat disimpulkan variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

**Tabulasi Data Variabel Kualitas ( $X_1$ )**

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
1	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	36
2	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	46
3	2	4	3	4	3	4	3	4	4	3	34
4	5	3	5	5	4	5	5	5	5	4	46
5	3	5	4	5	4	5	4	5	4	3	42
6	3	5	3	5	4	3	4	3	3	4	37
7	3	1	2	4	2	4	2	1	2	3	24
8	4	5	4	5	3	5	5	3	3	5	42
9	5	3	3	4	5	3	4	3	4	5	39
10	3	1	3	2	4	1	3	2	2	3	24
11	2	3	2	3	5	5	4	2	3	4	33
12	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45
13	5	1	4	5	5	5	2	4	5	3	39
14	2	3	2	5	2	3	3	2	3	2	27
15	3	4	3	3	3	4	5	3	2	4	34
16	3	3	2	2	4	2	2	4	2	4	28
17	2	1	3	2	3	5	3	4	2	3	28
18	2	3	2	5	2	2	3	1	2	2	24
19	3	5	4	5	4	3	4	5	3	4	40
20	5	4	5	3	4	5	3	5	3	3	40
21	3	5	3	5	4	5	4	5	5	4	43
22	3	1	3	2	1	4	1	2	5	1	23
23	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	47
24	2	1	3	2	3	4	3	3	2	3	26
25	4	2	4	3	3	2	4	3	3	3	31
26	3	3	5	4	5	3	3	3	4	2	35
27	2	4	2	4	2	4	2	4	4	2	30
28	4	3	3	5	4	4	3	5	3	4	38
29	4	5	4	5	4	5	4	3	2	4	40
30	4	5	4	5	3	4	5	3	3	5	41
<b>Jumlah</b>	<b>102</b>	<b>101</b>	<b>101</b>	<b>119</b>	<b>107</b>	<b>118</b>	<b>106</b>	<b>103</b>	<b>100</b>	<b>105</b>	<b>1.062</b>

Sumber : Hasil penelitian, data diolah (2022)

**Tabulasi Data Variabel Harga ( $X_2$ )**

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	-------

1	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	27
2	5	3	2	3	5	3	5	2	3	4	35
3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	25
4	5	4	3	5	4	4	5	5	5	4	44
5	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	46
6	5	4	1	2	3	4	3	4	5	3	34
7	2	4	3	5	4	4	5	5	5	4	41
8	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	47
9	3	5	3	5	3	5	3	5	5	3	40
10	5	3	3	4	5	3	5	2	4	5	39
11	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	42
12	5	5	5	3	4	5	5	5	3	5	45
13	3	5	3	5	4	5	4	5	5	4	43
14	3	3	3	4	1	4	1	2	3	1	25
15	5	4	3	5	4	4	5	5	5	4	44
16	2	1	3	2	3	4	3	3	2	3	26
17	4	2	4	3	3	2	4	3	3	2	30
18	5	5	3	5	4	4	5	3	5	5	44
19	2	4	3	2	4	2	2	2	2	3	26
20	2	4	5	4	2	5	5	4	4	5	40
21	4	3	4	5	4	3	5	3	3	5	39
22	3	4	2	5	4	1	3	1	1	5	29
23	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	43
24	4	2	1	3	3	2	5	3	3	2	28
25	2	3	4	3	2	3	2	4	2	2	27
26	5	3	2	3	5	3	5	2	3	4	35
27	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	33
28	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	25
29	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	46
30	5	4	1	2	3	4	5	4	5	3	36
<b>Jumlah</b>	<b>112</b>	<b>112</b>	<b>95</b>	<b>110</b>	<b>109</b>	<b>104</b>	<b>118</b>	<b>108</b>	<b>107</b>	<b>109</b>	<b>1.084</b>

Sumber : Hasil penelitian, data diolah (2022)

<b>Tabulasi</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>Total</b>
1	2	3	3	3	2	3	4	3	2	2	27
2	5	3	2	3	5	3	5	2	3	4	35
3	2	3	3	3	2	3	3	3	5	3	30
4	5	4	3	5	4	4	5	5	5	4	44
5	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	46
6	5	4	1	2	3	4	3	4	5	3	34
7	2	4	3	5	4	4	5	5	5	4	41
8	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	47

Received Desember 12, 2022; Revised Januari 2, 2023; Accepted Februari 18, 2023

\*Corresponding author, e-mail galaxyrezeki16@gmail.com

9	3	5	3	5	3	5	3	5	5	3	40
10	5	3	3	4	5	3	5	2	4	5	39
11	4	3	4	3	3	5	3	5	4	3	37
12	5	5	5	3	4	5	5	5	3	5	45
13	3	5	3	5	4	5	4	5	5	4	43
14	3	1	3	2	1	4	1	2	5	1	23
15	5	4	3	5	4	4	5	5	5	4	44
16	2	1	3	2	3	4	3	3	2	3	26
17	4	2	4	3	3	2	4	3	3	2	30
18	2	1	3	2	3	4	3	3	2	3	26
19	5	4	3	5	4	4	5	5	5	4	44
20	2	4	2	4	2	4	2	4	4	2	30
21	4	3	4	3	4	3	5	3	3	4	36
22	2	3	2	5	2	1	3	1	1	5	25
23	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	43
24	4	2	1	3	3	2	5	3	3	2	28
25	3	3	2	3	1	3	3	3	1	2	24
26	5	3	2	3	5	3	5	2	3	4	35
27	1	3	3	3	1	3	3	2	3	2	24
28	5	4	3	5	4	4	5	5	5	4	44
29	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	46
30	5	4	1	2	3	4	3	4	5	3	34
<b>Jumlah</b>	<b>112</b>	<b>104</b>	<b>91</b>	<b>108</b>	<b>101</b>	<b>107</b>	<b>119</b>	<b>112</b>	<b>112</b>	<b>104</b>	<b>1.070</b>

Sumber : Hasil penelitian, data diolah (2022)

### Deskripsi Data Variabel Penelitian

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas	30	23	47	35,40	7,421
Harga	30	25	47	36,13	7,637
Kepuasan pelanggan	30	23	47	35,67	7,976
Valid N (listwise)	30				

Sumber : Hasil penelitian, data diolah (2022)

Dari di atas dapat diketahui variabel kualitas diperoleh rata-rata hitung skor jawaban sebesar 35,40. Skor jawaban responden mengenai kualitas berkisar antara 23 sampai 47.

Variabel harga diperoleh rata-rata hitung skor jawaban sebesar 36,13. Skor jawaban responden mengenai harga berkisar antara 25 sampai 47.

Sedangkan Variabel kepuasan pelanggan diperoleh rata-rata hitung skor jawaban sebesar 35,67. Skor jawaban responden mengenai kepuasan pelanggan berkisar antara 23 sampai 47.



**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,828	5,864		,312	0,758
1 Kualitas	0,455	0,150	0,424	3,038	0,005
Harga	0,491	0,146	0,470	3,369	0,002

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber : Hasil penelitian, data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.15 dapat diketahui bahwa secara parsial variabel kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, di mana nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,038 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,042 atau signifikan ( $Sig-t$ ) sebesar 0,005 lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05). Tanda positif pada koefisien regresi memberi arti bahwa semakin menarik kualitas yang ditawarkan Penjahit Sahabat kepada konsumen, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan pada Penjahit Sahabat.

Hasil uji secara parsial menjelaskan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, di mana nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,369 yang lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,042 atau signifikan ( $Sig-t$ ) sebesar 0,002 lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05). Tanda positif pada koefisien regresi memberi arti bahwa semakin baik harga yang dijual Penjahit Sahabat kepada konsumen, maka kepuasan pelanggan pada Penjahit Sahabat akan semakin meningkat.

**Hasil Uji Serempak (Uji F)**

Untuk mengetahui variabel kualitas ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) secara serempak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Penjahit Sahabat, maka digunakan uji F. Kriteria pengujian sebagai berikut:

$H_0 : b_1, b_2 = 0$  Tidak Ada pengaruh kualitas dan harga secara serempak terhadap kepuasan pelanggan pada Penjahit Sahabat.

$H_a : b_1, b_2 \neq 0$  Ada pengaruh kualitas dan harga secara serempak terhadap kepuasan pelanggan pada Penjahit Sahabat.

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1)  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau probabilitasnya  $F$  signifikan  $> 0,05$
- 2)  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau probabilitasnya nilai  $F$  signifikan  $< 0,05$

### Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1032,884	2	516,442	17,177	,000 <sup>b</sup>
Residual	811,783	27	30,066		
Total	1844,667	29			

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), kualitas, Harga

Sumber : Hasil penelitian, data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.16 dapat diketahui nilai  $F_{hitung}$  sebesar 17,177 dengan tingkat kesalahan sebesar 5%, ternyata  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $17,177 > 3,32$ ), sedangkan nilai probabilitas (signifikansi) sebesar 0,000<sup>b</sup> karena nilai signifikansi  $0,000^b < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan demikian ada pengaruh kualitas dan harga secara serempak terhadap kepuasan pelanggan pada Penjahit Sahabat.

### Pembahasan

Pengaruh Kualitas Terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa secara parsial variabel kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,038 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,042 atau signifikan ( $Sig-t$ ) sebesar 0,005 lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05). Tanda positif pada koefisien regresi memberi arti bahwa semakin menarik kualitas yang diberikan Penjahit Sahabat kepada konsumen, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan pada Penjahit Sahabat.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa secara parsial menjelaskan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,369 yang lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,042 atau signifikan ( $Sig-t$ ) sebesar 0,002 lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05). Tanda positif pada koefisien regresi memberi arti bahwa

semakin baik harga yang dijual Penjahit Sahabat kepada konsumen, maka kepuasan pelanggan pada Penjahit Sahabat akan semakin meningkat.

Berdasarkan hasil tabulasi jawaban responden atas masalah penelitian, diketahui bahwa sebagian besar responden berpendapat sangat setuju bahwa keputusan pembelian konsumen atau pelanggan di Penjahit Sahabat lebih cenderung dipengaruhi oleh kegiatan kebijakan potongan harga yang dilakukan sebagai bagian dari strategi pemasaran agar dapat bertahan dan merebut pangsa pasar.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis yang dilakukan maka kesimpulan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

1. Ada pengaruh kualitas secara individual terhadap kepuasan pelanggan pada Penjahit Sahabat di mana di mana nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,038 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,042 ( $3,038 > 2,042$ ) atau signifikan ( $Sig-t$ ) sebesar 0,005 lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05).
2. Ada pengaruh harga secara individual terhadap kepuasan pelanggan pada Penjahit Sahabat di mana di mana nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,369 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,042 ( $3,369 > 2,042$ ) atau signifikan ( $Sig-t$ ) sebesar 0,002 lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05).
3. Ada pengaruh kualitas dan harga secara serempak terhadap kepuasan pelanggan pada Penjahit Sahabat, dimana ditemukan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $17,177 > 3,32$ ) dan  $Sig.f$  (0,000<sup>a</sup>) lebih kecil dari alpha 5% (0,005).
4. Besarnya pengaruh kualitas dan harga terhadap kepuasan pelanggan adalah 56% dan sisanya 44% yang tidak diteliti yaitu pelayanan, ketepatan waktu dan lain-lain yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta.: Rineke Cipta.
- Azwar. 2013. *Reliabilitas Dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Deliyanti. Oentoro, 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo.
- Fahmi Firdaus Ruffiansah, Agus Hermani Daryanto Seno. 2015. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Rainbow Creative Semarang)*  
Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. IX, No. IV |
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip. dan Armstrong, Gary. 2011. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Iman Nurmawan. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi 13*. Jakarta : Erlangga
- Ni Putu Juliani. I Gede Putu Kawiana. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*.  
Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata Pebruari 2022, Vol. 2 (No. 1): Hal 129-138
- Purnomo, Edwin Setyo. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks*.  
Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 6, Februari 2017: 755 - 764
- Situmorang Syafrizzal dan Luti. 2012. *Analisis Data. USU Press 2012*. Medan
- Stanton, William J. 2016. *Prinsip Pemasaran*. Cetakan Ketujuh. Jakarta : Penerbit Erlangga
- STIE Al-Washliyah Sibolga-Tapanuli Tengah. 2020. *Pedoman Penulisan Penelitian Penyusunan Skripsi*. Sibolga Tapanuli Tengah.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta
- Sutojo dan Kleinstauber F, 2012, *Strategi Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Damar Mulia Pustaka

Tjiptono, Fandy. 2014. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. : Andi.

Tanjung, Mansur. 2021. *Mekanisme Anggaran Biaya Pemasaran Terhadap Target Penjualan*. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Sayriah. Vol.2.hal.56-68.

Umar. Husein, 2015. *Metode Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.