

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (studi usaha fotocopy dan ATK Susi Stationary)

Suryani ^{*1}
Astutik Andayani ²
Akmal Rizal Saputra ³
Titin Sumarni ⁴

^{1,2,3,4} Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) bengkalis

*e-mail : Suryani072002@gmail.com, Astutikandayani20@gmail.com, Akmalrizal0702@gmail.com

Abstrak

Kebutuhan akan tempat fotocopy dan ATK di area sekitaran kampus sangat dicari dari para mahasiswa terutama kebutuhan dalam kuliah, yang harus dilakukan susi stationary sebagai saah satu usaha photocopy dan ATK susi stationary berusaha memberikan kualitas pelayanan yang sesuai terhadap konsumen karena kualitas pelayanan mempunyai peranan yang penting dalam menimbulkan kepuasan konsumen. Semakin baik dan meyenangkan kualitas pelayanan yang diberikan pada konsumen maka tidak ragu-ragu konsumen untuk berdatangan ke susi stationary. Selain itu juga harganya yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa bisa mendorong kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen, pengaruh kualias pelayanan terhadap kepuasan konsumen serta pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional. Hasil penelitian Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen fotocopy dan ATK Susi Stationary Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen fotocopy dan ATK Susi Stationary Serta secara simultan terdapat ada pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Fotocopy dan ATK Susi Stationary

Kata kunci : harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

Abstract

The need for photocopying places and stationery in the area around campus is highly sought after by students, especially for college needs, which must be carried out by Susi Stationary as one of the photocopying businesses and Susi Stationary ATK tries to provide the appropriate quality of service to consumers because service quality has an important role in generate consumer satisfaction. The better and more enjoyable the quality of service provided to consumers, the more consumers will not hesitate to come to Susi Stationary. Apart from that, prices that suit student needs can encourage consumer satisfaction. This research aims to determine the effect of price on consumer satisfaction, the effect of service quality on consumer satisfaction and the effect of price and service quality on consumer satisfaction. This research uses a correlational quantitative approach. Research results: Partially there is a positive and significant influence of price on consumer satisfaction of photocopiers and Susi Stationary ATK. ATK Susi Stationary

Keywords: price, service quality and customer satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pada saat ini sangatlah canggih dan berkembang pesat. Sehingga pada saat ini masyarakat khususnya pada kalangan (dewasa, remaja, anak-anak) tidak akan lepas dari teknologi internet yaitu pada hp, komputer, mesin. Teknologi informasi saat ini sangat berpengaruh pada dunia bisnis dikarenakan perkembangan teknologi yang semakin maju dengan mengikuti perkembangan zaman. Semakin canggih teknologi maka semakin mempermudah pihak perusahaan dalam melakukan pekerjaan bahkan mendorong untuk mencari inovasi dalam mengembangkan perusahaan agar bisa dikenal semua kalangan masyarakat. Hal yang terpenting terutama dalam pemesanan produk, pihak perusahaan harus berinovasi dan memikirkan bagaimana pemesanan yang dilakukan akan mempermudah pihak pelanggan dalam memesan suatu produk dengan mudah dan cepat tanpa mengeluarkan modal yang besar, karena tidak harus

datang kelokasi untuk memesan melainkan via online. Manfaat dari suatu teknologi adalah untuk pemesanan produk. Dengan hal ini tentu dapat diterima oleh semua kalangan masyarakat. Mengingat kebanyakan dari masyarakat yang sudah terbiasa dengan menggunakan teknologi yang dapat mengakses internet dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.¹

Bisnis dapat mendorong perekonomian suatu negara sebagai menyediakan berbagai sarana yang bisa memperbaiki standar kehidupan. Pada saat ini dunia bisnis banyak yang ditekuni masyarakat. Perekonomian di Indonesia mulai mengalami kemajuan dan berdampak terhadap kehidupan masyarakat. Hal ini dikarenakan banyaknya masyarakat di Indonesia memulai usaha, jadi angka pengangguran negara kita berkurang. Salah satu usaha mikro kecil menengah teknologi yang berkembang pesat yaitu usaha dalam sektor perlengkapan alat tulis kantor dan sudah mempunyai ijin operasional. Hal ini menjadikan peluang usaha jasa fotocopy yang begitu menjanjikan, berawal dari mempunyai mesin fotocopy satu dan alat tulis kantor seadanya dengan modal seadanya. Bisnis penggandaan, penjualan ATK dan fotocopy hampir setiap aspek di kehidupan kota ataupun desa sangat memerlukan penggandaan dan jasa fotocopy dalam skala besar maupun skala kecil.

Dalam memulai bisnis fotocopy dan ATK ini hal yang harus di perhatikan adalah dari segi kepuasan konsumen. Kepuasan Konsumen senantiasa menjadi suatu keharusan untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan khususnya bidang fotocopy dan ATK dalam menjalankan kegiatan usahanya. Saat ini banyak bisnis fotocopy dan ATK yang semakin memahami arti penting dari Kepuasan Konsumen dan menyusun strategi untuk memberikan Kepuasan bagi Konsumennya. Menurut Smilansky menyatakan konsumen berpendapat bahwa hidup itu adalah gabungan dari pengalaman, sehingga setiap kegiatan yang dilakukan oleh Konsumen termasuk mengkonsumsi produk atau jasa merupakan pengalaman, apabila pengalaman tersebut mengesankan maka konsumen tidak segan untuk mengkonsumsi barang atau jasa tersebut untuk kesekian kalinya Persaingan yang sangat ketat memaksa setiap perusahaan saling bersaing dalam memberikan kepuasan kepada para konsumen. Kepuasan Konsumen akan memberikan manfaat bagi perusahaan, khususnya usaha dalam bidang kuliner. Dengan mempertahankan dan memberikan kepuasan kepada konsumen maka mereka cenderung untuk membeli ulang barang dan jasa yang telah mereka konsumsi. Kepuasan juga akan mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif. Komunikasi yang disampaikan oleh konsumen yang merasa puas dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan.²

Faktor-faktor yang dapat mendorong Kepuasan Konsumen di antaranya yaitu Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, faktor emosional, biaya, tempat yang strategis dan kemudahan, Pelayanan. Mengingat bahwa persaingan pada bidang fotocopy dan ATK yang semakin berkembang, maka pengusaha harus pandai menentukan dan memilih produk yang dihasilkan dengan menyesuaikan pada selera konsumen agar lebih diminati oleh konsumen. Hal ini biasanya berkaitan dengan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan secara sederhana merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai dengan ekspektasi pelanggan, dengan kata lain kualitas pelayanan adalah sejauh mana pelayanan memenuhi spesifikasinya. Restoran harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik untuk mencapai kepuasan konsumen. Selain itu apabila konsumen merasa puas maka mempunyai kecenderungan yang rendah untuk berpindah pilihan pada restoran yang lainnya.³

¹ Nurmalasari Nurmalasari et al., "Sistem Informasi Manajemen Pemesanan Jasa Percetakan Berbasis Web," *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi* 2, no. 2 (September 2, 2021): 60, <https://doi.org/10.31294/justian.v2i02.999>.

² Eka Asti and Eka Ayuningtyas, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN: (EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY AND PRICE ON CONSUMER SATISFACTION)," *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 1, no. 01 (January 21, 2020): h 3, <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>.

³ Febby Gita Cahyani and Sonang Sitohang, "PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN" 5 (2016): h 2.

Selain ditinjau dari kualitas produk dan kualitas pelayanan, faktor harga juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen. Purnamasari menjelaskan bahwa harga bagi konsumen merupakan bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan, karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Masih menurut , dapat dipahami bahwa harga merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, permasalahan harga perlu juga ditinjau kaitannya dengan kepuasan konsumen. Salah satu usaha fotocopy dan ATK di bengkalis yang memiliki harga terjangkau adalah susi stationary ⁴

Susi stationary merupakan suatu usaha mikro yang dijalankan oleh perorangan, dalam sebuah jasa fotocopy tidak hanya menggandakan tulisan/gambar melainkan ada berbagai jenis produk peralatan kantor meliputi kertas, pensil dan penghapus, pulpen, penggaris, gunting, tipe x (stipo), penjepit kertas, isi ulang tinta stempel dan print, perforator, staples, spidol, buku catatan, buku gambar, buku tulis map, otner amplop, selain itu juga bisa melayani pengetikan, percetakan dan melayani penjualan pulsa, pembayaran token listrik. Perlengkapan kantor dijual dengan harga yang terjangkau. Meskipun harganya murah, namun konsumen yang datang fotocopy sangat bervariasi tanpa membedakan strata sosial.

Di bengkalis persaingan pasar usaha fotocopy ini sangat kuat di daerah dekat kampus STAIN BENGKALIS banyaknya masyarakat yang membuka usaha fotocopy. Namun lokasi usaha susi stationary ini berada di jalan lembaga Desa senggoro Kecamatan bengkalis beroperasi mulai jam 06.00 – 17.30. Susi stationary ini ramai dikunjungi karena selain lokasi yang sangat strategis, nyaman, dan harga fotocopy dan perlengkapan alat tulis kantor dan kualitas pelayanan konsumen cukup baik sehingga konsumen merasa puas saat menggunakan jasa fotocopy.

Berdasarkan hasil observasi peneliti pada Susi stationary maka terdapat permasalahan yang pertama pada penetapan harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu harga pada suatu produk menandakan jasa fotocopy menjadi sebuah ukuran seseorang untuk membeli sebuah produk. Namun kenyataannya harga juga menjadi sebuah tolak ukur untuk menentukan berapa nilai produk tersebut, namun akhir-akhir ini harga produk sering berubah-ubah dikarenakan distributor memberi harga yang juga berubah menjadikan penjual memberikan harga kepada konsumen juga naik turun tidak harga stabil. Selain itu permasalahan yang kedua pada kurangnya kualitas pelayanan terhadap konsumen adalah urutan yang tidak sesuai, jika di pagi hari banyak konsumen yang mengantri untuk memfotocopy tugas-tugas kuliah karna susi stationaru hanya memiliki satu karyawan.

Dari permasalahan diatas maka dapat di tarik rumusan masalah Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen fotocopy dan atk susi stationary, Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen fotocopy dan atk susi stationary serta Bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen fotocopy dan atk susi stationary

METODE

Dari rumusan permasalahan diatas maka peneliti mengambil metode Penelitian menggunakan penelitian jenis korelasional sebab akibat atau disebut kausal. Menurut Sugiyono hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi dan dependen (dipengaruhi). Dengan populasi dihitung dari bulan Mei dengan berjumlah 100 sedangkan sampel menurut yaitu pengambilan sampel apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. akan tetapi jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih,

Berdasarkan pendapat diatas, maka sampel dalam penelitian ini diambil sebesar 20% dari jumlah populasi dengan diperoleh sampel sebanyak 100 konsumen susi stationary. Teknik

⁴ Purnomo Edwin Setyo, "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN 'BEST AUTOWORKS'" 1 (n.d.): h 757.

sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Simple Random Sampling. Simple Random Sampling adalah teknik sampling simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Pada pengumpulan data dilakukan dengan meenggunkan kuisioner atau angket yang terdiri dari 15 item pertanyaan yang tentang harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dengan tanggapan menggunakan skala likert berkisar dari 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju). Data dikumpulkan dengan menyebar kuisioner/angket melalui google form selama bulan mei 2024 agar mudah diakses oleh konsumen susi stationary. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Analisis Regresi Linier Berganda, dan Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F)⁵

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kajian teori

Harga

Menurut Kotler dan Gary “harga didefinisikan sebagai sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, dan jumlah dari nilai yang ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa”. Menurut Tjiptono, “harga adalah suatu bagian unsur bauran pemasaran yang memberi pemasukan dan pendapatan bagi perusahaan, dari ketiga unsur lainnya (produk, distribusi dan promosi), oleh sebab itu timbulnya biaya (pengeluaran)”. Sedangkan menurut Hasan, “konsep harga bagi konsumen merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk”. Menurut Kotler dan Gary, harga dapat diukur dengan beberapa dimensi, yaitu :

1) Keterjangkauan Harga

Keterjangkauan harga merupakan harga sesungguhnya dari suatu produk yang tertulis disuatu produk yang harus dibayarkan oleh pelanggan. Maksudnya adalah pelanggan cenderung melihat harga akhir dan memutuskan akan menerima nilai yang baik seperti yang diharapkan.

2) Diskon/Potongan

Harga Diskon adalah potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembelian yang menyenangkan bagi penjual.

3) Cara Pembayaran

Cara pembayaran sebagai prosedur dan mekanisme pembayaran suatu produk atau jasa sesuai ketentuan yang ada. Kemudahan dalam melakukan pembayaran dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangan bagi nasabah dalam melakukan keputusan pembelian, karena jika fasilitas pembayaran tersebut masih kurang memadai atau tidak memudahkan pelanggan, maka hal itu dapat mengakibatkan masalah baru kepada nasabah.⁶

Kualitas Pelayanan

Menurut Erinawati & Syafarudin Usaha pemenuhan kebutuhan, kualitas yang mencakup produk jasa dan lingkungan dengan secara cepat suasana yang berubah, hal ini yang meliputi suatu bagian utama kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Menurut Tjiptono Ekspetasi konsumen dalam sebuah pemasaran jika sebuah perusahaan menerima umpan balik dari konsumen, maka terbukti bahwasanya perusahaan tersebut benar-benar memiliki kualitas dalam pelayanan yang baik dan tentu seorang konsumen akan membeli secara berulang-ulang. Hartini S faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu jasa yang diterima atau dirasakan sesuai

⁵ Alviatun Nisa Rizkiani, Bahri Kamal, and Dewi Sulistyowati, “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA UMKM FOTOCOPY PELANGI DESA BUNIAH KABUPATEN TEGAL,” n.d., h 2-3.

⁶ Eva Agustina et al., “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PERCETAKAN ANEKA JAYA PEMATANGSIANTAR,” *Maker: Jurnal Manajemen* 5, no. 1 (September 13, 2019): h 41, <https://doi.org/10.37403/maker.v5i1.106>.

dengan harapan, jasa yang diapresiasi dan jasa yang diharapkan. Indikator kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah reabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik.⁷

Menurut Lovelock dan Wirtz kualitas Pelayanan atau Service quality (SQ) adalah ketidaksesuaian antara harapan (E) sebuah layanan dengan kinerja (P) $SQ = P - E$. Sebuah Bisnis dengan Kualitas Pelayanan yang tinggi maka akan memenuhi kebutuhan konsumen sementara sisanya secara kompetitif ekonomi. Peningkatan kualitas pelayanan juga dapat meningkatkan daya saing ekonomi. Tujuan ini dapat dicapai dengan memahami dan meningkatkan proses operasional mengidentifikasi masalah-masalah dengan cepat dan sistematis membangun pengukuran kinerja pelayanan yang akurat dan dapat diandalkan serta mengukur Kepuasan Konsumen dan hasil kinerja lainnya. Menurut Kotler banyak pelayanan membutuhkan interaksi langsung antara konsumen dan pelaku usaha, perbedaan cara pelayanan antar satu penyedia pelayanan dengan yang lain sering terlihat dari sikap dan keahlian karyawannya

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Armstrong Kepuasan konsumen adalah sejauh mana tanggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Menurut Zeithaml dan Bitner definisi kepuasan adalah: Respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Tjiptono menyatakan kepuasan berasal dari bahasa Latin Satis yang berarti cukup baik, memadai dan Facio yang berarti melakukan atau membuat Secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Kotler dan Keller menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani, ada 4 (empat) faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen yaitu:

- 1) Kualitas Produk atau Jasa Yaitu pelanggan akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk atau jasa yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Harga Produk Yaitu yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai tinggi kepada pelanggannya.
- 3) Kenyamanan Prosedur Yaitu pelanggan akan merasa semakin puas jika dalam mendapatkan prosedur pelayanan relatif mudah, nyaman, dan efisien.
- 4) Dukungan Konsumen Yaitu konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan produk maupun jasa yang cenderung mempunyai kepuasan yang didapatkan dari pelayanan tertentu. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk atau jasa, tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas dengan merek ataupun pelayanan tertentu⁸ (Iogi 2018 h 1661)

PEMBAHASAN

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Dalam penelitian ini peneliti memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan jika semakin tinggi harga maka juga semakin tinggi juga kepuasan konsumen. Begitu juga sebaliknya jika semakin rendah harga maka juga akan semakin rendah juga kepuasan konsumen. Hasil penelitian mendukung teori Menurut Lane mengatakan bahwa harga (price) adalah sejumlah uang yang

⁷ Afikarina Afikarina Purwaningrum and Maria Agatha Sri W D, "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WAHYU FOTOCOPY DESA KARANGTALUN KECAMATAN KALIDAWIR," *JURNAL ECONOMINA* 1, no. 2 (October 15, 2022): h 97, <https://doi.org/10.55681/economina.v1i2.26>.

⁸ Setyo, "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN 'BEST AUTOWORKS,'" h 1661.

harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk. Sehingga untuk mencapai target pasar maka perusahaan akan menetapkan harga yang sesuai barang dan jasa yang diberikan konsumen. Hasil Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Asti & Ayuningtyas, 2020) "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. (Effect of Service Quality, Product Quality and Price on Consumer Satisfaction)". Berdasarkan hasil tersebut, menunjukkan : (1) ada pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan, harga, terhadap kepuasan konsumen sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Resto Oto Bento Villa Nusa Indah Uji t hitung (signifikan korelasi) untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung 5,953, variabel kualitas produk t hitung -078 dan variabel harga t hitung 4,089 (2) tabel $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai sebesar 1,664 nilai t hitung variabel X1 dan X3 lebih besar daripada nilai tabel. (3) H1 diterima sedangkan H0 ditolak artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Resto Oto Bento Villa Nusa Indah, sedangkan H1 ditolak H0 diterima artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Resto Oto Bento Villa Nusa Indah.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Dalam penelitian ini peneliti memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan jika semakin tinggi harga maka juga semakin tinggi juga kepuasan konsumen. Begitu juga sebaliknya jika semakin rendah harga maka juga akan semakin rendah juga kepuasan konsumen. Hasil penelitian mendukung teori Menurut Tjiptono Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Ekspektasi konsumen dalam sebuah pemasaran jika sebuah perusahaan menerima umpan balik dari konsumen, maka terbukti bahwasanya perusahaan tersebut benar-benar memiliki kualitas dalam pelayanan yang baik dan tentu seorang konsumen akan membeli kembali. Untuk mencapai kepuasan konsumen maka perusahaan menerapkan interaksi yang baik dengan konsumen menerima sistem kritik dan saran dari konsumen. Hal ini menjadikan konsumen akan melakukan pembelian secara berulang-ulang.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu (Susanto, 2021) "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Fotocopy Dwiyan Di Sampit". Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa, (1) Terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan hasil uji t variabel kualitas pelayanan (X1) lebih besar dari ttabel 3,863 > 1,994 dan tingkat signifikan sebesar 0,000 produk terhadap kepuasan konsumen dengan hasil uji ttabel 4,225 > 1,994 dan tingkat signifikan sebesar 0,000 ftabel 3,13 dan tingkat signifikan 0,000

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis data bahwa F hitung (174,864) > Ftabel (3,88), dengan demikian H0 dalam penelitian ini ditolak Ha diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan jika semakin tinggi harga dan kualitas pelayanan maka juga semakin tinggi juga kepuasan konsumen. Begitu juga sebaliknya jika semakin rendah harga dan kualitas pelayanan maka juga akan semakin rendah juga kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan : Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen fotocopy dan ATK Susi Stationary Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen fotocopy dan ATK Susi Stationary Serta secara simultan terdapat ada pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Fotocopy dan ATK Susi Stationary

SARAN

Saran yang dapat diberikan adalah, memberikan penetapan harga, memberikan pengarahan tentang menjaga kualitas dalam melayani konsumen, memprioritaskan konsumen, dan untuk peneliti selanjutnya diharapkan dengan menambah variabel lain seperti kelengkapan produk, kualitas produk yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Afikarina Purwaningrum, Afikarina, and Maria Agatha Sri W D. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WAHYU FOTOCOPY DESA KARANGTALUN KECAMATAN KALIDAWIR." *JURNAL ECONOMINA* 1, no. 2 (October 15, 2022): 95–108. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i2.26>.
- Agustina, Eva, Darwin Lie, Marisi Butarbutar, and Nana Triapnita Nainggolan. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PERCETAKAN ANEKA JAYA PEMATANGSIANTAR." *Maker: Jurnal Manajemen* 5, no. 1 (September 13, 2019): 38–49. <https://doi.org/10.37403/makerv5i1.106>.
- Asti, Eka, and Eka Ayuningtyas. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN: (EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY AND PRICE ON CONSUMER SATISFACTION)." *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 1, no. 01 (January 21, 2020): 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>.
- Cahyani, Febby Gita, and Sonang Sitohang. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN" 5 (2016).
- Nurmalasari, Nurmalasari, Sinta Mayanti, Sri Dewi Ayu Safitri, and Mohammad Kamal Reza. "Sistem Informasi Manajemen Pemesanan Jasa Percetakan Berbasis Web." *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi* 2, no. 2 (September 2, 2021): 60–67. <https://doi.org/10.31294/justian.v2i02.999>.
- Rizkiani, Alviatun Nisa, Bahri Kamal, and Dewi Sulistyowati. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA UMKM FOTOCOPY PELANGI DESA BUNIWAH KABUPATEN TEGAL," n.d.
- Setyo, Purnomo Edwin. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN 'BEST AUTOWORKS'" 1 (n.d.).