

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA INDOMARET JALAN CENGKEH
PERUMNAS SIMALINGKAR MEDAN**

Oleh:

Wilda Triana Tapenao ¹⁾
Diego Sarana Ginting ²⁾
Sabar L. T. Simaputang ³⁾
Veramika Sembiring ⁴⁾

Universitas Darma Agung. Medan ^{1,2,3,4)}

E-Mail :

wildatriana03@gmail.com ¹⁾
diegoginting5@gmail.com ²⁾
sabarsimatupang70@gmail.com ³⁾
veramikasm13@gmail.com ⁴⁾

ABSTRACT

This research...was carried out to determine the effect of perceived price and service quality on customer satisfaction at Indomaret Jalan Cengkeh Perumnas Simalingkar Medan. A sample of 96 surveyed Indomaret consumers was used for this study. The function of the test is to examine "the instrument which consists of a validity test and reliability test, using ""multiple regression analysis and F test and t test, the results of multiple regression analysis are obtained" values as follows: $Y = 1.864 + 0.262 x 1 + 0.302 x 2$, is the value of the variance of the independent variable variation in the dependent variable. Perceptions of price and service quality affect customer satisfaction at Indomaret Jalan Cengkeh Perumnas Simalingkar Medan seen from the value of $t_{count} (3.091) > t_{table} (1.660)$ in significance..(0.003 <.0.05), and $t_{count} (3.685) > t_{table} (1.660)$) at significance (0.000 <0.05). The independent variables jointly have an effect..positive..and..significant..to..the dependent variable (customer satisfaction) at Indomaret Jalan Cengkeh Perumnas Simalingkar Medan. This is evidenced by the F_{count} of 21,424, while the results of the F_{table} in the distribution table with a 5% margin of error is 2.18. This means $F_{count} > F_{table} (21.424 > 2.18)$. Based on the coefficient of determination, the adjusted R_{square} value shows 0.292, which means that all independent variables have a combined contribution of 29.2% to the dependent variable (customer satisfaction). The remaining 70.8%.

Keywords: Perception..Price, Service Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret Jalan Cengkeh Perumnas Simalingkar Medan. Sampel dari 96 konsumen Indomaret yang disurvei digunakan untuk penelitian ini. Tes berfungsi untuk memeriksa instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, menggunakan analisis regresi berganda dan uji F serta uji t, hasil analisis regresi berganda diperoleh nilai sebagai berikut: $Y = 1,864 + 0,262 x 1 + 0,302 x 2$, merupakan nilai varian variasi variabel bebas pada variabel terikat. Persepsi harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret Jalan Cengkeh Perumnas Simalingkar Medan dilihat dari nilai $t_{hitung} (3,091) > t_{tabel} (1,660)$ pada signifikansi (0,003 < 0,05), dan $t_{hitung} (3,685) > t_{tabel} (1,660)$ pada signifikansi (0,000 < 0,05). Variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) pada Indomaret Jalan Cengkeh Perumnas Simalingkar Medan. Hal ini

dibuktikan dengan F_{hitung} sebesar 21.424, sedangkan hasil F_{tabel} pada tabel distribusi dengan margin of error 5% adalah 2,18. Artinya $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($21,424 > 2,18$). Berdasarkan nilai koefisien determinasi, nilai adjusted Rsquare menunjukkan 0,292 yang berarti bahwa semua variabel independen memiliki kontribusi gabungan sebesar 29,2% terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Sisanya 70,8% .

Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

1. PENDAHULUAN

Persepsi harga adalah proses di mana konsumen menafsirkan nilai harga yang diharapkan atau karakteristik barang dan jasa. Ketika konsumen mengevaluasi dan memeriksa harga produk tersebut, sebagian besar dipengaruhi oleh perilaku konsumen itu sendiri. Sebagian besar pelanggan biasanya menyukai produk atau layanan dengan harga dan kualitas yang seimbang. Kualitas pelayanan merupakan tingkat pelayanan yang berkaitan dengan pemenuhan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna. Pelayanan dikatakan berkualitas tinggi apabila perusahaan mampu memberikan produk dan jasa yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggannya. Kepuasan pelanggan adalah standar yang dapat mengukur berhasil atau tidak perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan untuk produk atau layanan yang dijualnya. Kepuasan pada pelanggan akan menghasilkan perasaan senang atau kecewa pada seseorang setelah membandingkan produk dengan apa yang konsumen pikirkan dan harapkan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

a. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin mereka beli. Oleh karena itu, harga umumnya ditentukan oleh penjual atau penyedia layanan, indikator :

1. Jangkauan harga
2. Harga yang sesuai dengan produk
3. Harga bersaing
4. Harga sesuai dengan manfaat

a. Kualitas tingkat keseragaman dan ketergantungan yang dapat diprediksi pada kesesuaian pasar dan rendah, indikator :

1. *Tangibles*
2. *Reliability*
3. *Responsiveness*
4. *Assurance*
5. *Empathy*

b. Kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan pelanggan setelah suatu perusahaan menerima suatu produk atau jasa. Kepuasan ini muncul setelah pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan, indikator :

1. Harga yang sesuai
2. Minat datang kembali
3. Kesiapan mempromosikan

Melihat variabel *independe* terhadap variabel *dependent* secara bersama-sama

c. Koefisien Determinasi

Melihat nilai varian dipengaruhi oleh variasi nilai bebas.

3. METODE PELAKSANAAN

Penelitian dilaksanakan di Indomaret Jalan Cengkeh Perumnas Simalingkar Medan PT. Multi Garmen Jaya Medan, dilakukan dimulai dari bulan Mei-Agustus 2021. sampel sebanyak 96 orang, dengan menggunakan data primer

3.1 Metode Pengumpulan Data

- 1) Kepustakaan
- 2) Lapangan

3.2 Metode Analisis Data

1. Uji Instrumen
2. Analisis Deskriptif
3. Analisis Regresi Berganda
4. Uji asumsi klasik

Untuk data berdistribusi normal atau tidak.

- a. Uji Normalitas
- b. Uji Multikolinearitas
- c. Uji Autokorelasi
- d. Uji Heteroskedastisitas
5. Uji Hipotesis

- a. Uji Parsial

Melihat variabel *independe* terhadap variabel *dependent* secara parsial

- b. Uji Simultan

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pembahasan Hasil Penelitian

Berikut hasil pengumpulan data :

Tabel 4.1 Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Laki-Laki	30
	Perempuan	70
USIA(tahun)	<20	22
	20 – 25	36
	26 – 30	23
	31 – 40	16
	>40	11
	<20	22
PENDIDIKAN	SMP	5
	SMA	25
	Diploma	3
	Sarjana	57
	≥ Pascasarjana	10
Jenis Pekerjaan	Pljr	5
	Mhs	32
	PNS	10
	Pegawai Swasta	9
	IRT	4
	Wiraswasta	17
	Lainnya	13
Pengeluaran Bulanan	< 1 jt	19
	1 jt – 2 jt	32
	2 jt – 4 jt	41
	4 jt – 6 jt	8

Sumber : Data Primer

Tabel 4.2 Validitas

Variabel	Item	r _{hitung}	r _{tabel}
Persepsi Harga	1	0.706	0.2960
	2	0.769	0.2960
	3	0.659	0.2960
	4	0.795	0.2960
Kualitas Pelayanan	1	0.759	0.2960
	2	0.711	0.2960
	3	0.741	0.2960
	4	0.896	0.2960
	5	0.430	0.2960
Kepuasan Pelanggan	1	0.865	0.2960
	2	0.829	0.2960
	3	0.874	0.2960

Sumber : SPSS

Tabel 2 menunjukkan data valid

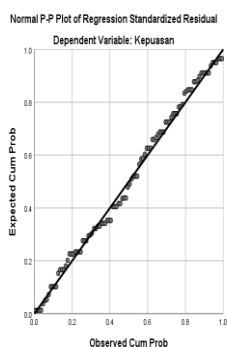
Tabel 3 Uji Reliabilitas

Item	Alpha
Persepsi Harga	0.706

Variabel	B
Persepsi Harga	0.262
Kualitas Pelayanan	0.302
Kualitas Pelayanan	0.768
Kepuasan Pelanggan	0.817

Sumber : SPSS

Tabel 3 menunjukan data reliabel



Gambar 1
Normal P-Plot

Gambar 1 menunjukan data berdistribusi

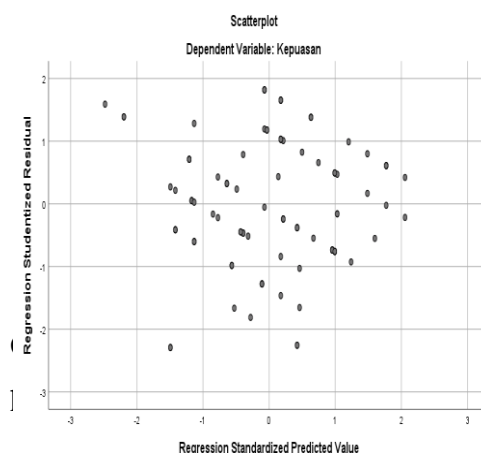
Variabel	Tolera	VIF
Persepsi Harga	0.786	1.272
Kualitas Pelayanan	0.786	1.272

normal

Tabel 4 Multikolinearitas

Sumber : SPSS

Tabel 4 menunjukkan data tidak mengandung multikolinearitas



andung

Tabel 5 Regresi Berganda

Sumber : SPSS

Tabel 5 menunjukkan kenaikan nilai tiap variabel

Tabel 6 Uji Parsial

Variabel	T _{hitung}	Siig
Persepsi Harga	3.091	0.003
Kualitas Pelayanan	3.685	0.000

Sumber : SPSS

Tabel 6 menunjukkan pengaruh parsial variabel *depende* terhadap variabel *dependen*

Tabel 7 Uji Simultan

Variabel	F _{hitung}	Siig
Persepsi Harga	21.424	0.000 ^b
Kualitas Pelayanan		

Sumber : SPSS

Tabel 7 menunjukkan berpengaruh secara bersama-sama variabel *depende* terhadap variabel *dependen*

Tabel 8 Koefisien Determinasi

Variabel	Adj.
Persepsi Harga	29.2%
Kualitas Pelayanan	

Sumber : SPSS

Tabel 8 menunjukkan nilai varian variasi variabel

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian persepsi harga dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan berpengaruh secara parsial dan simultan. berikut 29.2% variabel bebas memberikan nilai prediksi varian variasi terhadap variabel terikat.

5. SIMPULAN

Variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. dan berpengaruh bersama-sama Variabel bebas memberi varian terhadap variabel terikat sebesar 29.2%

6. DAFTAR PUSTAKA

A.S. Moenir. 2010. Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia. Bumi. Aksara : Jakarta.
 Danang Sunyoto. 2012. Dasar-dasar manajemen pemasaran. Cetakan Pertama. Yogyakarta
 Ghozali. I. (2017). Model Persamaan

Struktural Konsep Dan Aplikasi Program . AMOS 24. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Indrasari. Meithiana. 2019. Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: unitomo press.

Kotler. Philip. 2008. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jilid 1 & 2. Terjemahan Anonimous. Prenhalindo. Jakarta.

-----2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi kedelapan. Erlangga. Jakarta.

Lupiyoadi. Rambat. 2014 Pemasaran Jasa. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Monroe. Kent B. 2003. Pricing: Making Profitable Decisions 3rd ed. New York: McGraw-Hill Companies Inc

Mursid. M. 2014. Manajemen Pemasaran. Bumi Askara. Jakarta

Rangkuti. Freddy. 2009. Riset Pemasaran. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Schiffman. L.G dan Kanuk. L.L. 2008. Cosumer Behavior. Pearson Prentice Hall. United States of America.

Solomon. Michael.R. 2007. Consumer Behavior (Edisi Tujuh). Pearson Prentice Hall. United States of America.

Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian

- Kuantitatif. Kualitatif Dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Swastha. Basu dan Irawan. 2005. Manajemen Pemasaran Modern. Cet. Ke-13. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Tjiptono. Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- . 2016. Service. Quality. & Satisfaction. Yogyakarta: Andi.
- . 2010. Strategi Pemasaran. Edisi 2. Andi Offset. Yogyakarta.
- Wijaya. Tony. 2011. Manajemen Kualitas Jasa (Desain Servqual. QFD. dan Kano). Jakarta Barat: PT INDEKS.
- Arianto. N. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam mengunkan jasa hotel rizen kedaton bogor. 1(2). 83–101 .
JurnalPemasaraKompetitif.<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/view/856>. diakses 2018.
- Devitasari. Nela 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan. Persepsi Harga. dan Kualitas Produk pada Kepuasan Konsumen pada Indomaret di Desa Wringinanom Kabupaten Gresik *Jurnal Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*.
<http://repository.untagsby.ac.id/3721/>. diakses 27 Jul 2020
- Isnaini. Unna. Ariestanto. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan. Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Paras Snack Di Kabupaten Boyolali Tahun 2019) .
Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi.<https://www.ejournal.uby.ac.id/index.php/ekobis/article/view/47> diakses 2020
- Nur Atikoh. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Pada PT. Putra Sumber Abadi. *Jurnal STIE Indonesia*.
<http://repository.stei.ac.id/4299/>. diakses 05 Mei 2021
- Sulistiyo Rahmat (2015) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Konsumen Indomaret Babarsari Yogyakarta). *Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta*.
<http://repository.stei.ac.id/4299/>. diakses 2015