

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Bright Gas 5,5Kg pada PT Parung Kencana Jaya, Kabupaten Bogor

Siska Aryanti*, Wawan Supriyatna

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Jalan Surya Kencana No. 1, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15417, Indonesia

[*aryantisiska4@gmail.com](mailto:aryantisiska4@gmail.com)

Kata Kunci:

kualitas pelayanan;
harga;
kepuasan pelanggan

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bright Gas 5,5kg Pada PT Parung Kencana Jaya, Kabupaten Bogor. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif. Metode analisis data menggunakan uji regresi linear sederhana, regresi linear berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t parsial dan uji F simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Parung Kencana Jaya di Bogor dengan perolehan nilai persamaan regresi $Y = 6,817 + 0,954X_1$. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,792 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh sebesar 0,628 atau sebesar 62,8% sedangkan sisanya sebesar 37,2% di pengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($11,668 > 1,990$) dan $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Parung Kencana Jaya di Bogor dengan perolehan nilai persamaan regresi $Y = 7,318 + 1,224X_2$. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,847 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat. Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Parung Kencana Jaya di Bogor dengan perolehan nilai persamaan regresi $Y = 4,358 + 0,351X_1 + 0,876X_2$. Nilai koefisien korelasi atau tingkat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat di peroleh sebesar 0,863 artinya memiliki hubungan sangat kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh sebesar 0,745 atau sebesar 74,5% sedangkan sisanya sebesar 25,5% di pengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($117,041 > 3,11$) dan $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$).

Keywords:

service quality;
price;
customer satisfaction

Abstract This research aims to determine the influence of service quality and price on customer satisfaction for Bright Gas 5.5kg at PT Parung Kencana Jaya, Bogor Regency. The research uses the associative method. The data analysis method uses simple linear regression, multiple linear regression, correlation coefficient, coefficient of determination, partial t test and simultaneous F test. The research results show that Service Quality has a positive and significant influence on Customer Satisfaction at PT Parung Kencana Jaya in Bogor with the regression equation value $Y = 6.817 + 0.954X_1$. The correlation coefficient value is 0.792, meaning that the two variables have a strong level of relationship. The coefficient of determination or contribution of influence is 0.628 or 62.8%, while the remaining 37.2% is influenced by other factors. Hypothesis testing obtained $t_{count} > t_{table}$ ($11.668 > 1.990$) and $sig < 0.05$ ($0.000 < 0.05$). Price has a positive and significant influence on Customer Satisfaction at PT Parung Kencana Jaya in Bogor with the regression equation value $Y = 7.318 + 1.224X_2$. The correlation coefficient value is 0.847, meaning that the two variables have a very strong level of relationship. Service Quality and Price simultaneously have a positive and significant influence on Customer Satisfaction at PT Parung Kencana Jaya in Bogor with the regression equation value $Y = 4.358 + 0.351X_1 + 0.876X_2$. The correlation coefficient value or level of influence between the independent variable and the dependent variable is 0.863, meaning that there is a very strong relationship. The coefficient of determination or contribution of influence is 0.745 or 74.5%, while the remaining 25.5% is influenced by other factors. Hypothesis testing obtained $F_{count} > F_{table}$ ($117.041 > 3.11$) and $sig < 0.05$ ($0.000 < 0.05$).

PENDAHULUAN

Tingginya perkembangan UMKM diikuti dengan tingginya permintaan bright gas. UMKM kuliner atau makanan menggunakan bright gas di mana menjadi salah satu kebutuhannya untuk menjalankan usaha tersebut. PT Parung Kencana Jaya merupakan sebuah usaha distributor agen bright gas. Perusahaan ini menjual atau mendistribusikan produknya bright gas ke UMKM yang berada di wilayah Parung Bogor.

Pelaku UMKM kuliner makanan saat ini berkembang pesat. Banyak masyarakat yang bekerja mengandalkan dan mengkonsumsi makanan dengan cara membeli melalui aplikasi ataupun mengandalkan usaha *cathtering* karena tidak adanya waktu lebih untuk membuatnya sendiri. Hal ini menjadikan aktivitas bisnis UMKM terus berjalan yang membuat permintaan bright gas terus naik.

Menurut pemerintah kabupaten Bogor melalui website portal resmi kabupaten Bogor (bogorkab.go.id) tahun 2023 ada lebih dari 100 unit UMKM dan resto yang ada di wilayah Parung Bogor, dimana wilayah tersebut merupakan pangsa pasar dari PT Parung Kencana Jaya. Dengan mempunyai bidang pelanggan tersebut oleh karena itu perlu rancangan khusus yang dijadikan arah atau pedoman dalam melaksanakan kegiatan pemasaran. Dalam menjalankan usahanya PT Parung Kencana Jaya tentu harus menggunakan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan.

Pada hakikatnya pemasaran merupakan kegiatan yang bertujuan untuk membentuk dan mempertahankan pelanggan yang memberikan keuntungan bagi perusahaan, selain itu pemasaran dilakukan untuk menciptakan pelanggan. Untuk mendukung perkembangan usaha tersebut, salah satu aspek penting adalah masalah pemasaran atau penjualan barang dan produknya.

Apabila perusahaan dapat menjalankan prinsip-prinsip pemasaran dengan baik, tentunya perusahaan memiliki strategi kerja keras untuk menjual barang dengan bertindak sebagai wakil dari pemuas kebutuhan pelanggan, selain itu mempertahankan, memperbaiki ataupun meningkatkan kepuasan pelanggan dengan pelayanan yang dimiliki oleh perusahaan merupakan cara untuk dapat memiliki hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2017:177) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Berdasarkan definisi tersebut, kepuasan adalah hasil dari persepsi pelanggan terhadap kinerja suatu layanan atau produk dan harapan yang dimilikinya. Jika kinerja tidak mencapai harapan, maka pelanggan merasa tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat sangat puas atau senang.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas pelayanan

Menurut Kasmir (2017:47), kualitas pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan,

Menurut Arianto (2018:83), kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Menurut Tjiptono dalam Meithiana Indrasari (2019:61), kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

Harga

Menurut Malau (2018,h:125), harga adalah nilai tukar suatu barang atau jasa, dengan kata lain, itu merupakan produk yang dapat ditukar di pasar.

Menurut (Kotler & Armstrong, 2019:63), yang diterjemahkan oleh Bob Sabran harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk. Biasanya dilakukan untuk menyesuaikan harga dengan situasi persaingan yang ada dan membawa produk tersebut agar sejalan dengan persepsi pembeli.

Menurut (Sunyoto, 2020;130), harga adalah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara. Biasanya, didalam perusahaan kecil harga sering kali ditetapkan oleh manajemen puncak, sedangkan di perusahaan-perusahaan besar penetapan harga biasanya ditangani oleh para manajer divisi atau manajer produk.

Kepuasan pelanggan

Menurut Fandy Tjipto (2018:78), kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dirasakan oleh pelanggan sebagai akibat dari terpenuhinya harapan dan keinginan dari pelanggan atas produk yang dibelinya serta dapat memiliki manfaat yang tepat.

Menurut Kotler dan Keller (2017:177), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:206), kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima.

METODE

Dalam suatu kegiatan penelitian, terlebih dahulu perlu menentukan metode penelitian yang akan digunakan, karena hal ini merupakan langkah-langkah yang harus dilakukan dalam penelitian. Pada dasarnya metode penelitian merupakan suatu cara yang dapat digunakan peneliti dalam melaksanakan penelitian.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan jenis penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2019:65), penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Dalam penelitian ini strategi penelitian asosiatif digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variabel X (variabel bebas) yang terdiri atas Kualitas Pelayanan, dan Harga, terhadap variabel Y yaitu Kepuasan Pelanggan (variabel terikat), baik secara parsial maupun simultan.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

Uji reliabilitas

Tabel 1. Hasil uji reliabilitas

| No. | Variabel | <i>Cronbach Alpha</i> | Standar <i>Cronbach Alpha</i> | Keputusan |
|-----|------------------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------|
| 1. | Kualitas Pelayanan (X_1) | 0,886 | 0,60 | Reliabel |
| 2. | Harga (X_2) | 0,873 | 0,60 | Reliabel |
| 3. | Kepuasan Pelanggan (Y) | 0,914 | 0,60 | Sangat Reliabel |

Sumber: Hasil olah data SPSS 26.0 (2024).

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 dengan demikian maka hasil uji reliabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah reliabel. Sehingga semua butir pernyataan dapat dipercaya dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Uji normalitas

Tabel 2. Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 83 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 3.81138391 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .092 |
| | Positive | .092 |
| | Negative | -.070 |
| Test Statistic | | .092 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .079 ^c |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil olah data SPSS 26.0 (2024).)

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai signifikan $0,079 > 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa data dari populasi berdistribusi pada uji ini dikatakan normal dan dapat dilakukan ke tahap analisis selanjutnya.

Uji multikolinearitas

Tabel 3. Hasil multikolinearitas

| | | Coefficients ^a | | | | | Collinearity Statistics | |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| | | B | Std. Error | Beta | | | | |
| 1 | (Constant) | 4.358 | 2.454 | | 1.776 | .080 | | |
| | Kualitas Pelayanan | .351 | .120 | .292 | 2.923 | .005 | .319 | 3.132 |
| | Harga | .876 | .144 | .607 | 6.075 | .000 | .319 | 3.132 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil olah data SPSS 26.0 (2024).

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai tolerance variabel kualitas pelayanan dan harga sebesar $0,319 > 0,10$ dan nilai VIF variabel kualitas pelayanan dan harga sebesar $3,132 < 10,00$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji autokorelasi

Tabel 4. Hasil uji autokorelasi dengan durbin-watson

| Model Summary^b | | | | | |
|----------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .863 ^a | .745 | .739 | 3.859 | 1.647 |

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil olah data SPSS 26.0 (2024).

Berdasarkan tabel di atas, nilai Durbin-Watson sebesar 1,647 yang berada pada interval 1,550 – 2,460 maka dinyatakan “Tidak Ada Autokorelasi”

Uji heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil uji heteroskedastisitas

| Coefficients^a | | | | | | |
|---------------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3.512 | 1.598 | | 2.197 | .031 |
| | Kualitas Pelayanan | .098 | .078 | .242 | 1.245 | .217 |
| | Harga | -.152 | .094 | -.315 | -1.618 | .110 |

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Hasil olah data SPSS 26.0 (2024).

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,217 dan signifikansi variabel Harga sebesar 0,110. Nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikansi 0,05, dengan demikian data yang digunakan dalam penelitian ini tidak terdapat heteroskedastisitas.

Uji regresi linear sederhana (X_1) terhadap (Y)

Tabel 6. Regresi linear sederhana (X_1) terhadap (Y)

| Coefficients^a | | | | | | |
|---------------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 6.817 | 2.908 | | 2.344 | .022 |
| | Kualitas Pelayanan | .954 | .082 | .792 | 11.688 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil olah data SPSS 26.0 (2024).

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka dapat diperoleh persamaan linear sederhana yaitu:

$$Y = 6,817 + 0,954X_1$$

di mana X_1 = Kualitas Pelayanan

Y = Kepuasan Pelanggan

Jika nilai $X_1 = 0$ akan diperoleh $Y = 6,817$

Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 6,817 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat Kualitas Pelayanan (X_1) bernilai 0 atau tidak meningkat, maka Kepuasan Pelanggan 6,817. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 0,954 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan 0,954 satuan.

Uji regresi linear sederhana (X_2) terhadap (Y)

Tabel 7. Regresi linear sederhana (X_2) terhadap (Y)

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 7.318 | 2.337 | | 3.131 | .002 |
| | Harga | 1.224 | .085 | .847 | 14.364 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil olah data SPSS 26.0 (2024).

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka dapat diperoleh persamaan linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 7,318 + 1,224X_2$$

di mana X_2 = Harga

Y = Kepuasan Pelanggan

Jika nilai $X_2 = 0$ akan diperoleh $Y = 7,318$

Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 7,318 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat Harga (X_2) bernilai 0 atau tidak meningkat, maka Kepuasan Pelanggan 7,318. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 1,224 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya setiap kenaikan Harga sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan 1,224 satuan.

Uji regresi linear berganda

Tabel 8. Regresi linear berganda

| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | 4.358 | 2.454 | | 1.776 | .080 |
| | Kualitas Pelayanan | .351 | .120 | .292 | 2.923 | .005 |
| | Harga | .876 | .144 | .607 | 6.075 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil olah data SPSS 26.0 (2024).

- Konstanta sebesar 4,358 artinya jika variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Harga bernilai nol atau tidak meningkat maka Kepuasan Pelanggan akan tetap bernilai sebesar 4,358.
- Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0,351, artinya jika Kualitas Pelayanan mengalami kenaikan 1%, maka Kepuasan Pelanggan (Y) mengalami kenaikan sebesar 35,1% dengan asumsi variabel independen lain nilai tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadinya pengaruh positif antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan, semakin baik Kualitas Pelayanan maka semakin meningkat Kepuasan Pelanggan.
- Koefisien regresi variabel Harga (X_2) sebesar 0,876, artinya jika Harga mengalami kenaikan 1%, maka Kepuasan Pelanggan (Y) mengalami kenaikan sebesar 87,6% dengan asumsi variabel independen lain nilai tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadinya pengaruh positif antara Harga dengan Kepuasan Pelanggan, semakin baik Harga maka semakin meningkat Kepuasan Pelanggan.

Uji kofisien korelasi secara parsial (X_1) terhadap (Y)

Tabel 9. Koefisien korelasi (X_1) terhadap (Y)

| | | Kualitas Pelayanan | Kepuasan Pelanggan |
|--------------------|---------------------|--------------------|--------------------|
| Kualitas Pelayanan | Pearson Correlation | 1 | .792** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 |
| | N | 83 | 83 |
| Kepuasan Pelanggan | Pearson Correlation | .792** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | |
| | N | 83 | 83 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil olah data SPSS 26.0 (2024).

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Kualitas Pelayanan 0,792 ,masuk dalam interpretasi 0,60 – 0,799 dengan tingkat hubungan kuat. Yang artinya tingkat hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan memiliki tingkat hubungan kuat.

Uji koefisien korelasi secara parsial (X_2) terhadap (Y)

Tabel 10. Koefisien korelasi (X_2) terhadap (Y)

| | | Harga | Kepuasan Pelanggan |
|--------------------|---------------------|--------|--------------------|
| Harga | Pearson Correlation | 1 | .847** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 |
| | N | 83 | 83 |
| Kepuasan Pelanggan | Pearson Correlation | .847** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | |
| | N | 83 | 83 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil olah data SPSS 26.0 (2024).

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Harga 0,847 ,masuk dalam interpretasi 0,80 – 0,1000 dengan tingkat hubungan sangat kuat. Yang artinya tingkat hubungan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan memiliki tingkat hubungan sangat kuat.

Uji koefisien korelasi secara simultan (X_1) dan (X_2) terhadap (Y)

Tabel 11. Koefisien korelasi (X_1) dan (X_2) terhadap (Y)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | R Square Change | Change Statistics | | | Sig. F Change |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-----------------|-------------------|-----|-----|---------------|
| | | | | | | F Change | df1 | df2 | |
| 1 | .863 ^a | .745 | .739 | 3.859 | .745 | 117.041 | 2 | 80 | .000 |

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

Sumber: Hasil olah data SPSS 26.0 (2024).

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) sebesar 0,863, masuk pada interval 0,80 – 0,1000 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) Harga secara simultan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki tingkat hubungan sangat kuat.

Uji koefisien determinasi (X_1) terhadap (Y)

Tabel 12. Koefisien determinasi (X_1) terhadap (Y)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .792 ^a | .628 | .623 | 4.636 |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil olah data SPSS 26.0 (2024).

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi *RSquare* sebesar 0,628 artinya Kualitas Pelayanan (X_1) memberikan kontribusi terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 62,8%, sedangkan sisanya sebesar 37,2% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji koefisien determinasi (X_2) terhadap (Y)

Tabel 13. Koefisien determinasi (X_2) terhadap (Y)

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .847 ^a | .718 | .715 | 4.034 |

a. Predictors: (Constant), Harga

Sumber: Hasil olah data SPSS 26.0 (2024).

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi *RSquare* sebesar 0,718 artinya Harga (X_2) memberikan kontribusi terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 71,8%, sedangkan sisanya sebesar 28,2% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji koefisien determinasi (X_1) dan (X_2) terhadap (Y)

Tabel 14. Koefisien determinasi (X_1) dan (X_2) terhadap (Y)

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .863 ^a | .745 | .739 | 3.859 |

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

Sumber: Hasil olah data SPSS 26.0 (2024).

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi *RSquare* sebesar 0,745 artinya Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) memberikan kontribusi terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 74,5% , sedangkan sisanya sebesar 25,5% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji hipotesis (X_1) terhadap (Y)

Tabel 15. Uji t parsial (X_1) terhadap (Y)

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 6.817 | 2.908 | | 2.344 | .022 |
| | Kualitas Pelayanan | .954 | .082 | .792 | 11.688 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil olah data SPSS 26.0 (2024).

Berdasarkan tabel di atas, tersebut dapat diketahui nilai t_{hitung} 11,688 > t_{tabel} 1,990 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima menandakan bahwa terdapat

pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Parung Kencana Jaya Sehingga hipotesis pertama diterima.

Uji hipotesis (X₂) terhadap (Y)

Tabel 16. Uji t parsial (X₂) terhadap (Y)

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 7.318 | 2.337 | | 3.131 | .002 |
| | Harga | 1.224 | .085 | .847 | 14.364 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil olah data SPSS 26.0 (2024).

Berdasarkan tabel di atas, tersebut dapat diketahui nilai t_{hitung} 14,364 > t_{tabel} 1,990 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima menandakan bahwa terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Parung Kencana Jaya. Sehingga hipotesis kedua diterima.

Uji hipotesis simultan

Tabel 17. Uji F hitung

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 3485.441 | 2 | 1742.721 | 117.041 | .000 ^b |
| | Residual | 1191.185 | 80 | 14.890 | | |
| | Total | 4676.627 | 82 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Sumber: Hasil olah data SPSS 26.0 (2024).

Berdasarkan tabel di atas, tersebut dapat diketahui nilai F_{hitung} 117,041 > F_{tabel} 3,11 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Parung Kencana Jaya. Dengan demikian, maka hipotesis ketiga diterima.

Pembahasan

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linear $Y = 6,817 + 0,954X_1$ artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 6,817 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat kualitas pelayanan (X_1) bernilai 0 atau tidak meningkat, maka kepuasan pelanggan 6,817. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 0,954 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan 0,954 satuan.

Nilai korelasi variabel kualitas pelayanan 0,792 ,masuk dalam interpretasi 0,60 – 0,799 dengan tingkat hubungan kuat. Yang artinya tingkat hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan memiliki tingkat hubungan kuat. nilai koefisien determinasi *RSquare* sebesar 0,628 artinya kualitas pelayanan (X_1) memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 62,8%, sedangkan sisanya sebesar 37,2% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai t_{hitung} 11,688 > t_{tabel} 1,990 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima menandakan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Parung Kencana Jaya Sehingga hipotesis pertama diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Deni Kurniawan, Mahdi Adrian, Irfan Sudarso Gultom (2021) mengatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji parsial diperoleh nilai t hitung 5,367 lebih besar dari t table 1,661 > t tabel dan tingkat signifikansi kurang dari 0,000 < 0,05 maka, H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Terdapat Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linear sederhana $Y = 7,318 + 1,224X_2$ Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 7,318 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat kualitas pelayanan (X_1) bernilai 0 atau tidak meningkat, maka kepuasan pelanggan 7,318. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 1,224 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya setiap kenaikan harga sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan 1,224 satuan.

Nilai korelasi variabel harga 0,847 ,masuk dalam interpretasi 0,80 – 0,1000 dengan tingkat hubungan sangat kuat. Yang artinya tingkat hubungan harga terhadap kepuasan pelanggan memiliki tingkat hubungan sangat kuat. Nilai koefisien determinasi *RSquare* sebesar 0,718 artinya Harga (X_2) memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 71,8%, sedangkan sisanya sebesar 28,2% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai t_{hitung} 14,364 > t_{tabel} 1,990 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima menandakan bahwa terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Parung Kencana Jaya. Sehingga hipotesis kedua diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Darwin Lie, Efendi, Andi Wijaya (2017) mengatakan pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) diperoleh signifikan 0,000 < α 0,05, maka H_0 ditolak, artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematangsiantar.

Pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan

Secara simultan terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linear berganda $Y = 4,358 + 0,351X_1 + 0,876X_2$ Konstanta sebesar 4,358 artinya jika variabel kualitas pelayanan dan

variabel harga bernilai nol atau tidak meningkat maka kepuasan pelanggan akan tetap bernilai sebesar 4,358. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,351, artinya jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan pelanggan (Y) mengalami kenaikan sebesar 35,1% dengan asumsi variabel independen lain nilai tetap.

Koefisien bernilai positif artinya terjadinya pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, semakin baik kualitas pelayanan maka semakin meningkat kepuasan pelanggan. Koefisien regresi variabel harga (X_2) sebesar 0,876, artinya jika harga mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan pelanggan (Y) mengalami kenaikan sebesar 87,6% dengan asumsi variabel independen lain nilai tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadinya pengaruh positif antara harga dengan kepuasan pelanggan, semakin baik harga maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.

Nilai korelasi variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) sebesar 0,863, masuk pada interval 0,80 – 0,1000 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) harga secara simultan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki tingkat hubungan sangat kuat. Nilai koefisien determinasi *RSquare* sebesar 0,745 artinya Harga (X_2) memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 74,5% , sedangkan sisanya sebesar 25,5% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai F_{hitung} 117,041 > F_{tabel} 3,11 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Parung Kencana Jaya. Sehingga hipotesis ketiga diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Abdul Gofur (2019) mengatakan kualitas pelayanan (X_1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan harga (X_2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil lainnya, bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Riri Oktarini (2019) mengatakan Kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga memberikan pengaruh yang negatif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dan harga Secara simultan dengan menggunakan uji F diketahui memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Go-jek di Kota Tangerang.

SIMPULAN

Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Bright Gas 5,5kg pada PT Parung Kencana Jaya, Kabupaten Bogor dengan perolehan nilai persamaan regresi $Y = 6,817 + 0,954X_1$. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,792 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi

pengaruh sebesar 0,628 atau sebesar 62,8% sedangkan sisanya sebesar 37,2% di pengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($11,668 > 1,990$) dan $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) dengan demikian H_01 ditolak dan H_{a1} diterima terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Parung Kencana Jaya, Kabupaten Bogor.

Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Bright Gas 5,5kg pada PT Parung Kencana Jaya, Kabupaten Bogor dengan perolehan nilai persamaan regresi $Y = 7,318 + 1,224X_2$. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,847 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh sebesar 0,718 atau sebesar 71,8% sedangkan sisanya sebesar 28,2% di pengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($14,364 > 1,990$) dan $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) dengan demikian H_02 ditolak dan H_{a2} diterima terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Parung Kencana Jaya, Kabupaten Bogor.

Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Bright Gas 5,5kg pada PT Parung Kencana Jaya, Kabupaten Bogor dengan perolehan nilai persamaan regresi $Y = 4,358 + 0,351X_1 + 0,876X_2$. Nilai koefisien korelasi atau tingkat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat di peroleh sebesar 0,863 artinya memiliki hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh sebesar 0,745 atau sebesar 74,5% sedangkan sisanya sebesar 25,5% di pengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($117,041 > 3,11$) dan $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) dengan demikian H_03 ditolak dan H_{a3} diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Parung Kencana Jaya, Kabupaten Bogor.

PENGHARGAAN

Penelitian ini dibiayai secara mandiri. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada manajemen PT Parung Kencana Jaya, yang telah memberikan izin penelitian, bersedia untuk diwawancarai, dan bersedia mengisi kuesioner yang telah didistribusikan. Sehingga, peneliti dapat mendapatkan hasil penelitian yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Abin, S., Wawan O., & Nunung K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid. *Jurnal Muttaqien*, 2(1) 48–57.

- Alfi S., L., & Nur Rahmah A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam. *Journal of Bussines Administration*, 1(2) 232-243.
- Aria, N., & Atik, I. L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 123-134.
- Brierley, B., MacDougall, R., & Hill, R. (2017). Customer satisfaction and loyalty: An interactive framework for managing customer relationships. *Journal of Marketing*, 81(1), 5-29.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Manajemen Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hayati, N. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Padang di Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 1-10.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 16. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. (2019). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 16. Jakarta: Erlangga.
- Ludviyatus, S., Sutrisno, D., & Joko, W. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ahas Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 15-25.
- Malau, Harman. (2018). *Manajemen Pemasaran "Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global"*. Bandung: Alfabeta.
- Muljawan, Asep. (2019). Struktur Organisasi Perguruan Tinggi Yang sehat dan Efisien. *Jurnal Tahdzibi Manajemen Pendidikan Islam*. Vol 4(2), hal 67-76.
- Muh Rezky P., A. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Telkom Regional VII kawasan Timur Indonesia (KTI) Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 8(2) 183-197.
- Novia, D. S., Widjaja, H., & Setiawan, R. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa pada perguruan tinggi swasta di kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 22(1), 15-26.
- Siti, S., & Imam, S. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Go-jek, Tebet). *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, 10(1) 67-81.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Edisi Ketiga. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *"Pemasaran Jasa Edisi Terbaru."* Yogyakarta: Penerbit Andi.