



## Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sicepat Ekspres Kota Bima

Muhammad Nur<sup>1\*</sup>, Intisari Haryanti<sup>2</sup>, Ovriyadin<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Pendidikan Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Stie Bima, Indonesia

e-mail: [muhammadnur.stiebima20@gmail.com](mailto:muhammadnur.stiebima20@gmail.com)

Alamat: Bima Sakti Motor, Jl. Monginsidi, Sarae, Kec. Rasanae Bar., Kab. Bima, Nusa Tenggara Bar. 84118

Korespodensi email: [muhammadnur.stiebima20@gmail.com](mailto:muhammadnur.stiebima20@gmail.com)

**Abstract.** *In the current modern era, the development of the services industry in the logistics sector is increasingly increasing, development of online business and also the increasing number of applications that provide opportunities for people to carry out buying and selling transactions online, so that expedition companies in Indonesia certainly take advantage of the opportunities that exist. The purpose of this research is to determine the influence of quality, service and price on customer satisfaction. The object of this research is the customers of Sicepat ekspres Bima city branch. This research uses quantitative methods with an associative type. The data collection technique in this research uses questionnaires with Accidental Sampling techniques. Observation, Questionnaire, Literature Study, Validity Test, Rehabilitation Test. Classical assumption test, multilinear regression, multilinear coefficients, determination test, T test and F test. The results of this research show that X1 service quality and X2 price have a positive and significant influence simultaneously on Y customer satisfaction. X2 price has a positive but not partially significant influence on Y customer satisfaction, however X2 service quality is positive and significant influence on Y customer satisfaction. Bima City Branch Sicepat Expedition.*

**Keywords:** *service quality, price, customer satisfaction*

**Abstrak.** Industri jasa dibidang logistik semakin mengalami peningkatan hal ini sejalan dengan semakin berkembangnya bisnis online dan juga semakin banyaknya aplikasi-aplikasi yang memberikan kesempatan bagi Masyarakat untuk melakukan transaksi jual-beli secara online, sehingga Perusahaan ekspedisi di Indonesia tentunya memanfaatkan kesempatan yang ada. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas dan pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Objek penelitian ini adalah pelanggan Sicepat Ekspres Cabang Kota Bima. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis asosiatif. Teknis pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kusioner dengan teknis accidental sampling, observasi, kusioner, studi Pustaka, uji validitas, uji rehabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, kofisien linear berganda, uji determinasi, uji T dan uji F. hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa X1 kualitas pelayanan dan X2 harga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Y kepuasan pelanggan. X2 Harga memberikan pengaruh positif namun tidak signifikan secara parsial terhadap Y kepuasan pelanggan, namun X2 kualitas pelayanan diketahui secara parsial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Y kepuasan pelanggan Ekspedisi Sicepat Cabang Kota Bima.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan

### 1. LATAR BELAKANG

Perkembangan dunia digital di beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan yang pesat, itu di tandai dengan hadirnya produk perangkat lunak seperti aplikasi android, ios maupun aplikasi dekstop, yang menyediakan jasa untuk melakukan interaksi di dunia maya, cukup menggunakan satu perangkat dengan jangkauan yang luas, dari hal itu banyak pelaku usaha mejeput perubahan kebiasaan konsumen dengan memanfaatkannya untuk menambah cakupan pasar yang akan membeli barang yang di tawarkan, itu di dukung juga dengan hadir market plus yang memudahkan penjual menawarkan barang dan pembeli

yang ingin mencari barang yang ingin di beli, seperti facebook, tiktok, shopee, lazada dan banyak lagi perangkat lunak lainnya, yang memberikan peluang bagi pelaku usaha dan menjangkau pasar lintas kota maupun provinsi, semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan aplikasi online shop untuk menawarkan atau membeli barang maka di perlukan jasa untuk mengirim dan mengatarkan barang yang di jual agar sampai pada konsume, menurut saragih (2020), sektor E-commerce mengalami pertumbuhan pada massa pandemi. Karena diperkirakan terjadi peningkatan belanja, menurut hess ddk (2016), dan Horvath dan szabo (2019) memandang otomatisasi proses melalui tehnologi informasi sebagai digitalisasi.

Salah satu perusahaan yang berkembang saat ini di bidang jasa pengiriman barang iyalah Sicepat Expres. Sicepat ekspres ialah salah satu jasa pengiriman dan di dukung oleh market plus, sicepat memiliki 2 jenis pelayanan pengiriman yaitu pick up dan antar ke counter (drop off) penjual tidak perlu membayar kurir saat menjemput paket (pick up) ataupun saat mengantar paket ke counter (drop off), untuk meningkatkan pengguna jasanya, dan memberikan kepuasan pada pelanggannya, Sicepat perlu memperhatikan faktor pelayanan yang berkualitas dan harga yang sesuai dengan manfaat, mengingat banyaknya pesaing yang sejenis dengan Sicepat yang juga sama di dukung oleh market plus.

Masalah yang sering muncul terhadap kualitas pelayanan Sicepat expres adalah masih di temukannya keterlambatan pengantaran oleh kurir, kurangnya konfirmasi awal terhadap penerima barang, sehingga ketika konsumen mengecek barang di grey, barang sudah di bawa oleh kurir, kurangnya personil sortir dan barang yang harus di scan ulang di gray mempengaruhi waktu keberangkatan kurir untuk mengantarkan barang. Kurang baiknya pelayanan yang di berikan maka itu akan membuat pelanggan tidak puas dan meyakinkan orang lain untuk pergi ke penyedia lain.

Selain kualitas pelayanan faktor harga juga mempengaruhi keputusan pengguna jasa, Sicepat sebagai perusahaan jasa sering kali memiliki tarif lebih tinggi itu di sebabkan oleh pemotongan ongkir yang lebih kecil di bandingkan perusahaan lain dan juga potongan harga tidak berlaku pada semua toko yang terdaftar di market plus. Berdasarkan fenomena-fenomena yang sudah diuraikan tersebut maka dalam penelitian ini bermaksud untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara parsial dan secara simultan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Sicepat Ekpres Kota Bima.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **a. Kualias pelayanan**

Kualitas Pelayanan adalah landasan utama buat mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Menurut Wibowati (2020) pelayanan adalah suatu Tindakan yang dilakukan untuk orang lain sesuai dengan keinginan dan harapan untuk mencapai kepuasan pelanggan. dan Menurut Arianto (2014) Kualitas pelayanan adalah berfokus kepada kebutuhan dan keinginan Pelanggan dan ketepatan waktu dalam memenuhi kebutuhan kosnumen.

Indikator kualitas pelayan menurut Kotler dan Keller (2016 : 284), mengemukakan terdapat lima indikator kualitan pelayanan antara lain:

- 1) Keandalan (Reliability), keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan, tercapai, akurat serta konsisten.
- 2) Ketanggapan (Responsiveness), ketanggapan adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan ke pelanggan dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari pelanggan.
- 3) Jaminan (Assurance), jaminan adalah mengukur kemampuan dan kesopanan kariawan serta sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki karyawan.
- 4) Empati (Empathy), empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para kensumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
- 5) Berwujud (Tangibles), berwujud adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan yang baik yang digunakan untuk memberikan pelayanan konsumen.

### **b. harga**

Menurut Lupiyoadi (2013) "Harga adalah manfaat dari layanan yang datang dengan layanan atas berbagai biaya (korban) dari mengkonsumsi layanan tersebut. Biaya ini dapat berupa waktu untuk mengorbankan layanan, aktivitas fisik (energi yang dihabiskan untuk layanan). Adapun harga memiliki beberapa indikator seperti: "Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga dan Kesesuaian harga dengan manfaat" (Kotler dan Amstrong, 2013:278).

Idikator harga, Menurut tonce dan Yoseph (2022) indikator-indikator harga yaitu:

- 1) keterjangkauan harga, Harga yang terjangkau yaitu espektasi pelanggan sebelum melangsungkan pembelian. Pelanggan dapat mencari produk yang harganya bisa digapai oleh pelanggan.

- 2) Kesesuaian harga, untuk harga tertentu, pelanggan biasanya tidak keberatan jika harus membeli dengan harga yang relatif mahal yang penting mutu produk yang berkualitas. Tetapi pelanggan menghendaki produk dengan harga yang murah dan mutu yang baik.
- 3) Daya saing harga, Organisasi menentukan harga jual suatu produk dengan mempertimbangkan harga produk yang dijual oleh pesaingnya sehingga produk mereka bisa bersaing di pasar.
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaatnya, Pelanggan sering mengindahkan harga produk tetapi lebih bersangkutan dengan manfaat produknya.

**c. Kepuasan pelanggan**

Kepuasan pelanggan ialah menurut 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, kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman (dirasakan).dan menurut Kotler (2007) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan.

Tjiptono (2019:101) mengatakan bahwa indikator pembentuk kepuasan pelanggan antara lain :

- 1) Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dan dirasakan sendiri oleh konsumen.
- 2) Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.
- 3) Kesediaan merekomendasi, merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasi jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

**d. Hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan**

Kualitas pelayanan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut fadhel (2017), analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bahwa secara statistik variabel pelayanan,pada sicepat cabang kota bima. Menurut wardani (2017), dalam penelitiannya berpengaruh kualitas pelayanan terhadap

kepuasan pelanggan pada bisnis jasa memberikan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**e. Hubungan harga terhadap kepuasan pelanggan**

Harga merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan juga merupakan faktor dalam penjualan. Menurut Lupiyoadi (2013:136), harga memainkan peranan penting dalam bauran pemasaran, karena penentuan harga terkait langsung nantinya dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan.

**f. Hubungan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan**

Hipotesis dalam penelitian ini menduga bahwa kualitas pelayanan, harga serta kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama (Simultan) mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang berarti pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan dan harga yang diberikan. Lestari (2015), Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen menunjukkan hasil terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen, antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan antara harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen. Farida (2016), Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) H1 : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna *Sicepat ekspres*.
- 2) H2 : Terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna *Sicepat ekspres*.
- 3) H3 : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna *Sicepat ekspres*.

### **3. METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini digunakan jenis penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2016) dalam (Ani, Lumanauw, & L. A. Tampenawas, 2021) penelitian asosiatif yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih yang dimana dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui pengaruh variabel kualitas

pelayanan (X1) dan harga tagline (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pengguna Sicepat ekspres. Data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dengan caramenyebarkan kuesioner. Kuesioner berisi daftar pernyataan yang telah disiapkan berkaitan dengan ketiga variabel, yaitu kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan. Skala pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert yaitu 1= sangat tidak setuju, 2= tidak setuju, 3= netral, 4= setuju, 5= sangat setuju.

Populasi menurut Amirullah (2015: 67) adalah keseluruhan dari semua elemen yang terdiri dan mempunyai karakteristik secara umum yang digunakan untuk sebuah penelitian. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 85 populasi ditargetkan sampel, sehingga diperoleh sampel sebanyak 50 responden. Ada banyak pengertian tentang sampel, namun secara umumnya sampel menurut Amirullah (2015: 68) merupakan suatu dari sub kelompok dari populasi yang nantinya digunakan dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan metode Accidental Sampling, Accidental Sampling merupakan pengambilan sampel yang tidak dipandu oleh sebuah karakteristik yang jelas. Jadi pada penelitian ini pengambilan sampel menggunakan siapa saja yang bertemu dengan peneliti bisa digunakan sebagai sebuah sampel dengan ketentuan apabila orang tersebut bersedia sebagai sumber data. Sampel yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu pengguna jasa sicepat eksprs cabang bima. Pada penelitian ini jumlah diketahui sehingganya dapat ditentukan jumlah sampel minimum yang dibutuhkan yaitu menggunakan rumus Slovin.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Uji Validitas dan realibilitas**

###### **a. Uji Validitas**

Adapun hasil uji validitas menggunakan SPSS.16 adalah sebagai berikut:

**Table 1.** Hasil uji validitas

<b>Variabel</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Nilai Validity</b>	<b>Standar Validitas</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Kualitas pelayanan</b>	X1.1	0.420	0,300	Valid
	X1.2	0.498	0,300	Valid
	X1.3	0.576	0,300	Valid
	X1.4	0.506	0,300	Valid
	X1.5	0.635	0,300	Valid
	X1.6	0.570	0,300	Valid
	X1.7	0.635	0,300	Valid
	X1.8	0.829	0,300	Valid
	X1.9	0,486	0,300	Valid

	X1.10	0,593	0,300	Valid
<b>Harga</b>	X2.1	0,622	0,300	Valid
	X2.2	0,599	0,300	Valid
	X2.3	0,441	0,300	Valid
	X2.4	0,647	0,300	Valid
	X2.5	0,781	0,300	Valid
	X2.6	0,781	0,300	Valid
	X2.7	0,641	0,300	Valid
	X2.8	0,639	0,300	Valid
<b>Kepuasan pelanggan</b>	Y1	0.477	0,300	Valid
	Y2	0.490	0,300	Valid
	Y3	0.597	0,300	Valid
	Y4	0.538	0,300	Valid
	Y5	0.593	0,300	Valid
	Y6	0.580	0,300	Valid

Sesui dengan pernyataan Menurut Sugiyono (2016) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, Suatu variabel dikatakan valid jika memiliki nilai  $r$  hitung  $> 0,300$ . Pengujian validitas ini dihitung dengan menggunakan bantuan dari Program SPSS. Berdasarkan tabel diatas dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan pada semua variabel yang teliti dapat dikatakan valid karena berada diatas standar validitas yaitu  $> 0.300$ .

### Uji Reliabilitas

Adapun hasil uji reliabilitas menggunakan adalah sebagai berikut:

**Table 2.** Hasil uji reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Kualitas pelayanan(X1)	0.618	$>0,60$	Reliabel
harga (X2)	0.648	$>0,60$	Reliabel
Kepuasan pelanggan (Y)	0.649	$>0,60$	Reliabel

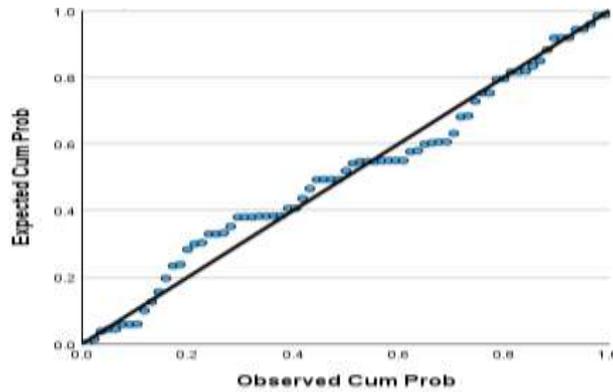
Berdasarkan tabel diatas, menunjukan bahwa nilai Cronboach'Alpha pada variable kualitas pelayanan (X1), harga (X2) dan kepuasan pelanggan (Y) telah mencapai atau lebih dari standar yang telah ditetapkan yaitu  $> 0,60$  **artinya semua item pernyataan dari kuesioner dinyatakan Reliabel.**

**Uji Asumsi Klasik**

a. Uji Normalitas

Adapun hasil uji normalitas menggunakan SPSS. adalah sebagai berikut :

**normal, P-P of Regression Standardized Residual  
Dependen variable : KEPUASAN PELANGGAN**



**Gambar 1.** Hasil uji normalitas

Berdasarkan gambar diatas, menunjukkan bahwa grafik normal, P-P of Regression Standardized Residual menggambarkan penyebaran data di sekitar grafik diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagoanal grafik tersebut, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas .

Untuk menegaskan hasil uji normalitas diatas maka peneliti melakukan uji Kolmogrov – Smirnov dengan hasil sebagai berikut :

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>			
		Unstandardized Residual	
N		50	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.33626833	
Most Extreme Differences	Absolute	.095	
	Positive	.091	
	Negative	-.095	
Test Statistic		.095	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.172	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.111	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.103
		Upper Bound	.119
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

**Gambar 2.** Hasil uji Kolmogrov – Smirnov

Berdasarkan hasil uji kolmogrov – Smirnov, terlihat nilai Asymp . Sig memiliki nilai  $>0,128^c$  . Setelah di uji secara statistik dengan uji kolmogrov smirnov, diperoleh hasil pengujian pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi

sebesar 0,172 sehingga dapat di katakan nilai signifikansi  $> 0,05$  yang artinya residual data regresi berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Adapun hasil uji Multikolinearitas menggunakan SPSS.adalah sebagai berikut:

**Table 3.** Hasil uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.566	3.806		4.090	<.001		
	KUALITAS PELAYANAN	.662	.157	.448	4.205	<.001	.998	1.002
	HARGA	.160	.153	.111	1.044	.300	.998	1.002

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

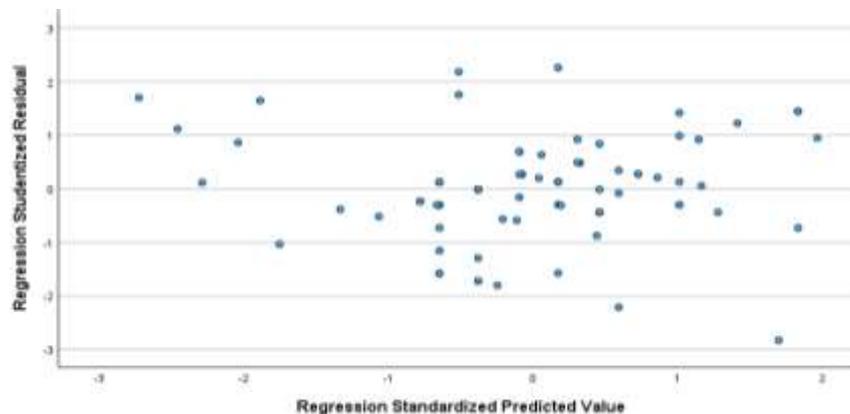
Berdasarkan nilai Collinearity Statistics dari tabel diatas diperoleh nilai tolerance untuk Kualitas pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan kepuasan pelanggan ( $Y$ ) jika nilai tolerance  $0,998 > 0,10$  dan nilai VIF  $1.002 < 10.000$ .

c. Uji Heteroskedastisitas

Adapun hasil uji Heteroskedastisitas menggunakan SPSS.16 adalah sebagai berikut:

**Scatterplot**

**Dependen variable : KEPUASAN PELANGGAN**



**Gambar 3.** Hasil uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel diatas, dapat dinilai bahwa penyebaran residual adalah tidak teratur dan tidak berbentuk pola tertentu. Hal tersebut dapat dilihat pada titik-titik atau plot yang menyebar. Kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa tidak terjadi residual.

d. Uji Autokorelasi

Adapun hasil uji Autokorelasi menggunakan SPSS.16 adalah sebagai berikut:

**Table 4.** Hasil uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.456 <sup>a</sup>	.208	.185	2.369	2.319
a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN					
b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN					

Berdasarkan uji autokorelasi, nilai DW dicari pada distribusi nilai tabel Durbin Watson (2.319) nilai k (2) dan n (50) dengan signifikansi 5% nilai DU (1.628) < nilai Durbin Watson (2.319) < 4-DU (2,324) artinya tidak ada gejala autokorelasi.

**Uji Regresi Berganda**

Berdasarkan perhitungan regresi berganda antara kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>), harga (X<sub>2</sub>) dan kepuasan pelanggan (Y) dengan di bantu program SPSS dalam perhitungannya dan memperoleh hasil sebagai berikut :

**Table 5.** Hasil uji Regeresi Berganda

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.566	3.806		4.090	.001		
	KUALITAS PELAYANAN	.662	.157	.448	4.205	.001	.998	1.002
	HARGA	.160	.153	.111	1.044	.300	.998	1.002
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN								

$$Y = 15.566 + 0,662 (X_1) + 0,160 (X_2) + e$$

Berdasarkan hasil persamaan yang di peroleh dapat di jelaskan makna dan arti dari koefisien regresi untuk masing-masing variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) yaitu sebagai berikut :

- a) Nilai konstanta sebesar 15,566, maka angka itu menunjukkan jika nilai kualitas pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) memiliki nilai (0) maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebanyak 15,566
- b) Koefisien regresi variabel nilai kualitas pelayanan ( $X_1$ ) 0,662 menyatakan bahwa setiap perubahan variabel kualitas pelayanan 1 satuan, maka terjadi perubahan kepuasan pelanggan pada kantor sicepat expres cabang bima, dengan asumsi yang bernilai tetap atau sama.
- c) Koefisien regresi variabel harga ( $X_2$ ) 0,160 menyatakan bahwa setiap perubahan variabel harga 1 satuan, maka terjadi Perubahan kepuasan pelanggan pada sicepat expres cabang bima, dengan asumsi yang bernilai tetap atau sama dengan asumsi yang bernilai tetap atau sama.

#### **Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi**

Adapun hasil Analisis Koefisien Korelasi menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

**Table 6.** Analisis Koefisien Korelasi

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.456 <sup>a</sup>	.208	.185	2.369	2.319
a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN					
b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN					

Nilai koefisien berganda yaitu sebesar 0,456 (45,6%) Artinya tingkat keeratan hubungan Kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan sicepat expres cabang bima cukup kuat sebesar 0,456.

Dari pengujian yang terlihat dari tabel diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi R sebesar 0,456 dan nilai koefisien determinasi atau R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,208 artinya hubungan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 20,8% sedangkan sisanya sebesar 79,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Uji T (Parsial)**

Adapun hasil Uji T (Parsial) menggunakan SPSS.16 adalah sebagai berikut:

**Table 7.** Analisis Determinasi

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.566	3.806		4.090	<.001		
	KUALITAS PELAYANAN	.662	.157	.448	4.205	<.001	.998	1.002
	HARGA	.160	.153	.111	1.044	.300	.998	1.002

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

- a. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan .

Berdasarkan hasil output SPSS diatas antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan maka diperoleh nilai  $t_{hitung} = 4.205$  kemudian nilai  $t_{hitung}$  tersebut akan dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  dengan derajat kebebasan ( $dk$ ) =  $n-3$  dengan  $k$  adalah variabel bebas dan terikat = 3 , maka ( $dk$ ) =  $50-3 = 47$ , dan taraf kesalahan 5% ( $0,05$ ) =  $a/2 = 0,05/2 = 0,025$  untuk uji dua pihak ( dua kali test ) pihak kanan dan kiri didapat nilai  $t_{tabel}$  (pada lampiran tabel daftar distribusi t) sebesar 2.017 .

Jika di bandingkan antara nilai  $t_{tabel}$  dan  $t_{hitung}$ , maka nilai  $t_{tabel}$  lebih kecil dari  $t_{hitung} = (1,994 < 4.205)$  . Artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada sicepat expres cabang bima atau  $H_1$  diterima

- b. harga mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil output SPSS diatas antara harga dengan kepuasan pelanggan maka diperoleh nilai  $t_{hitung} = 1.044$  kemudian nilai  $t_{hitung}$  tersebut akan dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  dengan derajat kebebasan ( $dk$ ) =  $n-3$  dengan  $k$  adalah variabel bebas dan terikat = 3 , maka ( $dk$ ) =  $50-3 = 47$ , dan taraf kesalahan 5% ( $0,05$ ) =  $a/2 = 0,05/2 = 0,025$  untuk uji dua pihak ( dua kali test ) pihak kanan dan kiri didapat nilai  $t_{tabel}$  (pada lampiran tabel daftar distribusi t) sebesar 2,017. Jika di bandingkan antara nilai  $t_{tabel}$  dan  $t_{hitung}$ , maka nilai  $t_{tabel}$  lebih bear dari  $t_{hitung} = (2,017 > 1.044)$ . Artinya harga

tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan sicepat expres cabang bima atau H2 ditolak

### Uji F (Simultan)

Adapun hasil Uji F (Simultan) menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

**Table 8.** Analisis Determinasi

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressio n	103.260	2	51.630	9.196	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	392.987	47	5.614		
	Total	496.247	49			
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN						
b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN						

Berdasarkan hasil output SPSS diatas diantara Kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan . maka di peroleh nilai  $f_{hitung} = 9,196$  kemudian nilai  $f_{hitung}$  tersebut akan di bandingkan dengan  $f_{tabel}$  dengan derajat kebebasan (dk) =  $n-3$  dengan k adalah variabel bebas dan terikat = 3, maka (df) =  $50-3 = 47$ , dan taraf kesalahan 5% (0,05) =  $a/2 = 0,05/2 = 0,025$  untuk uji dua pihak ( dua kali test ) pihak kanan dan kiri di dapat nilai  $f_{tabel}$  ( pada lampiran tabel daftar distribusi f) adalah sebesar 2,802.

Jika di bandingkan antara nilai  $f_{tabel}$  dan  $f_{hitung}$ , maka nilai  $f_{tabel}$  lebih kecil dari  $f_{hitung} = (2,802 < 9,196)$ . Artinya variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. sicepat expres cabang bima H3 diterima

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan Pada Penelitian Dan Pembahasan Mengenai variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada sicepat expres cabang bima Maka Penulis Dapat Menarik Kesimpulan bahwa Secara Parsial kualitas pelayanan Mempunyai Pengaruh positif dan Signifikan Terhadap kepuasan pelanggan pada sicepat expres cabang bima. Secara Parsial harga tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan sicepat expres cabang bima. Secara simultan kualitas pelayanan dan harga Mempunyai Pengaruh Yang positif dan Signifikan

Terhadap kepuasan pelanggan Pada sicepat expres cabang bima. Semakin baik kualitas layanan maka akan semakin meningkatkan kepuasan dari pelanggannya, begitu juga dengan harga, tingginya harga jika di barengi dengan kualitas layanan yang baik maka akan meningkatkan kepuasan.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Alfi Syahri Lubis, “Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam”, *Ejournal Polibatam*, Vol. 1 No. 2 (Batam: Polibatam,2017), hal. 86
- Andersson, P., & Karlström, K. (2014). Factors influencing a customer’s loyalty in B2B relationships. Halmstad University.
- Cruz, A. P. S. (2013). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- Handi Irawan D, *Sepuluh Prinsip Keputusan Pelanggan*. (Jakarta: Elexmedia Kompuntindo, 2002), hal. 37
- Handoko, B. (2016). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsmen Di Titipan Kilat JNE Medan. 17(1), 1–13.
- Manus, W. F. 2015. Kualitas produk, harga, dan kualitas layanan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan Tondano Barat. *Jurnal EMBA*. Vol. 3 No. 2 Juni 2015.
- Pratama, Y. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PO. Rosalia Indah Di Palur Karanganyar Dengan Fasilitas Sebagai Variabel Moderasi. 181–188.
- Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan*. (Jakarta: Alim’s Publishing, 2017), hal. 63.
- Roring, F., Oroh, S., & Gulla, R. (2015). Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 1313–1322.