

**ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DI INDOMARET POINT BANDARA SYAMSUDDIN  
NOOR**

Luri Lidiawati<sup>1</sup>, Syahrani<sup>2</sup>, Ervica Zamilah<sup>3</sup>

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 17.31.0180

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 1125097401

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 1130077601

**Email : [lurrilidiaaw02@gmail.com](mailto:lurrilidiaaw02@gmail.com)**

**ABSTRAK**

Selama ini yang terjadi dari masalah kepuasan konsumen saat diberikan pelayanan masih kurang. Keluhan tersebut dikarenakan beberapa hal cara memberikan pelayanan kepada konsumen sehingga kurang puas. Hal inilah yang melatarbelakangi dari permasalahan kepuasan pelanggan ini perlu diteliti. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Indomaret Point Bandara Syamsudin Noor.

Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif jenis metode *exposed facto*. Populasi berjumlah 968 orang konsumen dengan teknik pengambilan sampel aksidental sampling maka sampel penelitian ini berjumlah 91 orang. Teknik pengambilan sampel dengan kuesioner dengan analisis data menggunakan uji regresi linear berganda, uji F, uji t, dan uji determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Indomaret Point Bandara Syamsudin Noor. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Indomaret Point Bandara Syamsudin Noor. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Indomaret Point Bandara Syamsudin Noor.

***Kata Kunci: harga, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen***

## **ABSTRACT**

*So far, what has happened from the problem of customer satisfaction when given services is still lacking. The complaint is due to several ways of providing services to consumers so that they are not satisfied. This is the background of this customer satisfaction problem that needs to be investigated. The purpose of this study was to analyze the effect of price and service quality on customer satisfaction at Indomaret Point Syamsudin Noor Airport.*

*This research method uses the type of research is quantitative research with the type of exposed facto method. The population amounted to 968 consumers with the technique of sampling accidental sampling, the sample of this study amounted to 91 people. The sampling technique is a questionnaire with data analysis using multiple linear regression test, F test, t test, and determination test.*

*The results showed that the price partially had a significant effect on customer satisfaction at Indomaret Point Syamsudin Noor Airport. Service quality partially has a significant effect on customer satisfaction at Indomaret Point Syamsudin Noor Airport. Price and service quality simultaneously have a significant effect on customer satisfaction at Indomaret Point Syamsudin Noor Airport.*

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

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia di era Abad ke-21 telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Lovelock, Wirtz dan Mussry (2011:35) menyatakan bahwa salah satu contoh perubahan metamorfosis di era abad 21 yaitu dalam hal industri yang mengalami transformasi dramatis, didorong oleh teknologi, globalisasi, perubahan kebijakan pemerintah, kebutuhan konsumen yang berkembang, dan gaya hidup (*life style*). Pada era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang, jumlah merek dan produk baik barang maupun jasa yang bersaing di pasar menjadi sangat banyak sehingga konsumen memiliki ragam pilihan dan alternatif, khususnya di bidang jasa. Lupiyoadi (2013:120) menguraikan bahwa, perusahaan jasa berfungsi menciptakan pengalaman baru yang berkesan bagi konsumen. Tujuan pengalaman baru bagi konsumen merupakan suatu tantangan tersendiri bagi perusahaan jasa tersebut.

Ketatnya persaingan dan semakin meningkatnya harapan konsumen terhadap sebuah produk, terkhusus produk jasa membuat perusahaan harus memiliki cara untuk meningkatkan proposisi nilai (*value proposition*). Salah satu produk jasa yang merasakan ketatnya persaingan perusahaan jasa saat ini adalah bisnis panganan

makanan dan barang lainnya. Salah satu yang menyediakan barang-barang tersebut adalah Indomaret.

Produk panganan makanan dan lainnya yang ditawarkan kepada konsumen tersebut penting artinya karena perhatian pada konsumen adalah kepuasan. Kepuasan sangat penting artinya bagi seorang konsumen terutama konsumen yang membeli produk. Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono dan Chandra, 2012: 195), sedangkan Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016: 61) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya.

Kepuasan sangat penting artinya bagi seorang konsumen atau konsumen saat mereka datang ke tempat tujuan yang mereka inginkan yaitu tempat membeli produk yang akan mereka beli. Kepuasan konsumen dalam pelayanan yang diberikan oleh toko atau tempat berjualan itu, sangat penting untuk diperhatikan karena dapat menggambarkan kualitas pelayanan di tempat barang yang dijual tersebut. Pendapat Tjiptono (2016: 32), atribut-atribut pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari: Kesesuaian harapan, Minat

berkunjung kembali dan Kesiediaan merekomendasikan.

Harga juga memberikan pengaruh pada konsumen sehingga menjadi konsumen tetap Indomaret. Kotler dan Armstrong (2015) menjelaskan harga memberikan dampak pada perusahaan karena dengan harga yang tidak terlalu mahal akan dapat membuat konsumen datang dan mereka akan dapat menilai sendiri dari barang yang dibeli sehingga mencapai kepuasan sendiri dalam pembelian barang tersebut.

Salah satu cara untuk unggul dalam suatu persaingan pasar adalah meningkatkan kepuasan konsumen tersebut. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangat memegang peranan penting, dengan tingkat harga yang ditetapkan akan dapat menjadi tolak ukur seberapa besar manfaat produk tersebut. Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut.

Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah usaha harus mempunyai strategi-strategi dalam menjualkan makanannya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika

konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang.

Kepuasan konsumen tersebut dipegaruhi oleh kualitas layanan yang dapat membuat konsumen puas terhadap produk yang dibeli. Hal ini berhubungan dengan cara konsumen dilayani terutama saat membeli Indomaret. Keramahan, senyum dan juga memahami keinginan pembeli sangat penting dalam memberikan pelayanan yang baik pada konsumen. Assael (dalam Hasan, 2016:86) menyatakan pelayanan yang baik menghasilkan kepuasan, menciptakan hubungan yang harmonis dan silaturahmi yang lancar. Lebih dari itu, juga membangkitkan keinginan konsumen untuk memilih produk yang memuaskan kebutuhan yang dirasakan. Produk yang dirasa cocok dan pelayanan yang diterima menyenangkan, pelanggan akan merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

Sehubungan dengan kualitas pelayanan ada indikator yang menjadi ukuran dalam pelayanan yaitu dari Tjiptono (2016:198) terdapat 5 dimensi kualitas layanan yaitu : Bukti Fisik (*Tangibles*), Empati (*Emphaty*), Keandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), dan Jaminan (*Assurance*). Aspek tersebut berhubungan dengan cara mereka dalam memberikan pelayanan tersebut yaitu dari bentuk proses

pelayanan yang diberikan kepada konsumen dan dalam bukti fisik atau tangibles tersebut adalah tempat yang nyaman dan tidak gaduh serta aman bagi para pengunjung dan hal ini berakibat pada kepuasan konsumen.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian penjelasan dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian penjelasan merupakan jenis penelitian dimana peneliti menjelaskan hubungan kausal antar variable-variabel melalui pengujian hipotesis, yaitu menguji hipotesis-hipotesis berdasarkan teori yang telah dirumuskan sebelumnya kemudian data yang telah diperoleh dihitung melalui pendekatan kuantitatif (Sugiyono, 2018). Kausalitas termasuk bagian dari penelitian eksplanasi yaitu jenis penelitian ilmu yang akan dihasilkan oleh suatu penelitian.

Penelitian kausalitas adalah penelitian yang ingin mencari penjelasan dalam bentuk hubungan kausal (sebab-akibat) antar beberapa konsep atau beberapa variabel yang dikembangkan dalam manajemen (Ferdinand, 2012). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga dan kualitas layanan, sedangkan untuk variabel terikat

yang digunakan adalah kepuasan konsumen.

### **Populasi dan Sampel**

Menurut (Sujarweni, 2018) populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang menjadi sasaran dalam penelitian ini adalah konsumen Indomaret di Bandara Indomaret Point Bandara Internasional Syamsuddin.

Sampel menurut (Sujarweni, 2018) adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Sampel dari populasi dalam penelitian ini dipilih sesuai dengan teknik sampling.

Penentuan jumlah sampel populasi dalam penelitian ini dan tidak diketahui jumlah pastinya, maka diambil beberapa sampel untuk mewakili populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Ghazali (2010) menjelaskan bahwa Sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai sebagai sumber data.

## **Variabel Penelitian dan Definisi**

### **Operasional**

Variabel penelitian dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) yang diuraikan sebagai berikut:

#### **Variabel dependen**

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Hakikat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang di gunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti (Ferdinand, 2012). Dalam penelitian ini yang menjadi variable dependen adalah: Kepuasan Konsumen (Y).

#### **Variabel independen**

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2012). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga ( $X_1$ ), kualitas layanan ( $X_2$ ).

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013:199). Data didapat dengan membagikan kuisisioner kepada konsumen yang berbelanja di

Indomaret Point Bandara Internasional Syamsuddin. Dengan daftar pertanyaan atau pernyataan dapat bersifat terbuka jika tidak ditentukan sebelumnya sedangkan bersifat tertutup jika alternatif-alternatif jawaban yang telah disediakan. Dalam penelitian ini kuisisioner yang digunakan bersifat tertutup, dimana jawaban sudah tersedia, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang telah disediakan.

#### **Teknik Analisis Data**

##### **Uji Validitas**

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung  $>$  dari  $r$  tabel maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Cara melihat tabel ialah dengan melihat baris  $N-2$ . Untuk uji validitas penulis menggunakan bantuan program SPSS.

##### **Uji Realibilitas**

uji reliabilitas dilakukan dengan melihat hasil perhitungan nilai cronbach alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha ( $\alpha$ )  $>$  0,60 yaitu bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan

yang sama. Tetapi sebaliknya bila  $\alpha < 0,60$  maka dianggap kurang handal, artinya bila variabel-variabel tersebut dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda.

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **Uji Multikolinieritas**

Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF  $< 10$ , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

#### **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

#### **Uji Normalitas**

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dengan grafik secara visual memperlihatkan data yang normal, akan tetapi terdapat kemungkinan secara statistic terjadi hal yang sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan disamping uji grafik dilengkapi dengan uji statistic. Salah satu uji statistic yang digunakan adalah uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* (K-S)

dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Suatu data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih dari 5% atau 0,05 (Ghozali, 2018).

#### **Uji Linearitas**

Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan Test for Linearity dengan pada taraf signifikan 0,05. Dua variable dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikan secara (Linearity) kurang dari 0,05 (Ghozali, 2018).

#### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda disebabkan beberapa alasan yaitu 1. Variabel yang digunakan dalam penelitian lebih dari satu independen variabel, 2) regresi digunakan untuk menentukan sifat – sifat dan kekuatan hubungan antara dua variabel serta memprediksi nilai dari suatu variabel yang belum diketahui dengan didasarkan pada observasi masa lalu terhadap variabel tersebut dan variabel-variabel lainnya. 3) untuk meneliti dari hasil persamaan yang terjadi dari hasil harga dan kualitas layanan, (independent variabel) terhadap variabel kepuasan konsumen (dependent variable). 4) untuk mengetahui estimasi persamaannya ditujukan untuk menggambar suatu pola, hubungan/fungsi

yang ada di antara variabel-variabel tersebut.

### Uji F

Uji Goodness of Fit atau uji kelayakan model digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual. Secara statistik uji *Goodness of Fit* dapat dilakukan melalui pengukuran nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Menurut (Ghozali, 2018), perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana  $H_0$  ditolak). Sebaliknya perhitungan statistik disebut tidak signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana  $H_0$  diterima.

### Uji Hipotesis

Pengujian ini untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual untuk menerangkan berbagai variasi pada variabel dependen. Mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan juga untuk mengukur keeratan hubungan antara X dan Y, maka digunakan analisis regresi.

Uji t untuk menguji pengaruh variabel bebas secara individual signifikan atau tidak terhadap variabel terikatnya, dalam hal ini apakah variabel harga (X1), dan kualitas layanan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Alat uji

yang digunakan adalah uji t, dengan taraf signifikansi 5%. Maka dapat disimpulkan bahwa

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $p > 0.05$ , maka  $H_0$  diterima yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Sebaliknya, jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak yang berarti ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Multikolinieritas

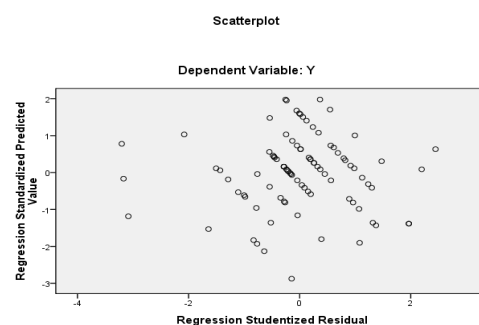
Sumber Data SPSS Versi 21

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1 (harga)	.842	1.188
	X2 (Kualitas Pelayanan)	.842	1.188

a. Dependent Variable: Y (Kepuasan konsumen)

Hasil uji toleransi dan VIF antara variabel maka dapat diketahui bahwa semua nilai tolerance kurang dari 1 dan VIF kurang dari 10 tidak terjadi *multikolinieritas* karena tidak mencapai nilai standar yang diharapkan.

### Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber Data SPSS Versi 21



Maka berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa tidak terdapat masalah dalam data tersebut karena terdapat penyebaran hasil jawaban responden.

**Uji Normalitas (Kenormalan)**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		X1	X2	Y
N		91	91	91
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	37.615	74.824	33.296
	Std. Deviation	4	2	7
Most Extreme Differences	Absolute	2.1279	4.2754	1.9578
	Positive	.121	.079	.176
	Negative	.088	.079	.126
Kolmogorov-Smirnov Z		-.121	-.060	-.176
Asymp. Sig. (2-tailed)		1.156	.756	1.679
		.138	.618	.107

a. Test distribution is Normal.

*Sumber Data SPSS Versi 21*

Hasil uji normalitas dengan menggunakan garis model regresi tidak terjadi masalah pada data tersebut karena dianggap normal dan ada penyebaran. Hal ini dilihat karena nilai dari semua harga dan kualitas pelayan, dan kepuasan konsumen tidak ada yang dibawah nilai 0.05 dari nilai Asymp. Sig. (2-tailed).

**Hasil Uji regresi Berganda**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.346	3.855		2.684	.009
X1	.398	.086	.433	4.651	.000
X2	.107	.043	.233	2.504	.014

a. Dependent Variable: Y

*Sumber Data SPSS Versi 21*

Hasil uji regresi dapat diketahui bahwa bahwa persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a (10.346) + X1 (0.398) + X2 (0.107) + \epsilon (3.855)$$

Hasil uji diketahui bahwa dari variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk memberikan pengaruh kepada kepuasan konsumen yaitu

- a. Jika harga (X1), dan kualitas pelayanan (X2), mengalami perubahan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 10.346, maka makin baik kualitas pelayanan dan produk yang di tawarkan perusahaan kepada konsumen maka akan makin puas mereka sebagai konsumen.
- b. Hasil dari koefesien harga (X1) diketahui 0.398, apabila nilai kualitas ditingkatkan satuannya, maka kepuasan konsumen (Y) naik sebesar 0.398. Artinya secara tidak langsung konsumen puas akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Hasil dari koefesien kualitas pelayanan (X2) adalah 0.107, apabila nilai kualitas pelayanan (X2) ditingkatkan satuannya, maka kepuasan pelayanan (Y) naik sebesar 0.107, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa produk yang ada pada perusahaan akan baik dan membuat mereka tertarik untuk membelinya terutama pada konsumen yang membeli barang s dan tertarik untuk menggunakan barang tersebut.

## Hasil Uji F

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	102.520	2	51.260	18.604	.000 <sup>a</sup>
Residual	242.469	88	2.755		
Total	344.989	90			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber Data SPSS Versi 21

Harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen penjualan konsumen di Indomaret Point Bandara Syamsuddin Noor Banjarmasin, maka dapat diketahui bahwa F hitung  $18.604 > F$  tabel 3.10. Maka dari hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan kepada kepuasan konsumen saat mereka diberikan pelayanan dalam penjualan barang oleh karyawan saat bekerja.

## Uji Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.545 <sup>a</sup>	.297	.281	1.65992

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber Data SPSS Versi 21

Hasil penelitian dari hasil uji determinasi maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang memberikan pengaruh pada uji determinasi dari uji

persentasi pengaruh pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen penjualan konsumen di Indomaret Point Bandara Syamsuddin Noor Banjarmasin diketahui bahwa dari Tabel 4.10 yaitu nilai R Square yaitu  $0,297 = 29,7\%$ ..

## Pembahasan

### 1. Harga Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Point Bandara Syamsuddin Noor Banjarmasin.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dari nilai secara harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen penjualan konsumen di Indomaret Point Bandara Syamsuddin Noor Banjarmasin nilai harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen t hitung  $4.651 > t$  tabel 1.66.

Pada penelitian ini konsumen menilai harga yang diberikan dapat dijangkau dan konsumen merasakan manfaat atas pembelian yang telah dilakukan. Hal ini berdasarkan pada pernyataan yang menyatakan “pembeli dapat menjangkau harga yang ditetapkan dari barang s di Konsumen di Indomaret Point Bandara Syamsuddin Noor Banjarmasin”.

### 2. Kualitas Pelayanan Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen

***diIndomaret Point Bandara Syamsuddin Noor Banjarmasin.***

Hasil penelitian dari kualitas pelayanan hasil dari  $t$  hitung  $2.504 > t$  tabel 1.66. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maksudnya adalah kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

**3. Harga dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen Penjualan Konsumen di Indomaret Point Bandara Syamsuddin Noor Banjarmasin.**

Hasil penelitian dengan uji  $F$  diketahui dari nilai simulatan harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen penjualan Konsumen di Indomaret Point Bandara Syamsuddin Noor Banjarmasin maka diketahui bahwa  $F$  hitung  $18.604 > F$  tabel 3.10. Maka dari hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan kepada kepuasan konsumen saat mereka diberikan pelayanan dalam penjualan barang oleh karyawan saat bekerja.

**KESIMPULAN**

1. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

di Indomaret Point Bandara Syamsuddin Noor Banjarmasin

2. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Indomaret Point Bandara Syamsuddin Noor Banjarmasin.
3. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Indomaret Point Bandara Syamsuddin Noor Banjarmasin.

**Daftar Pustaka**

- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dalam Membentuk Loyalitas Konsumen. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 115.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Bailia, J. F., Soegoto, A. S., & R. Loindong, S. S. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada warung-warung makan dikota Manado. *Fakultas Ekonomi dan bisnis, jurusan Manajemen Sam Ratulangi Manado*, 70.

- Caruana, A. (2000). Service loyalty The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction . *Communication Technology*, 811.
- Ferdinand, B. (2012). *Metode Kuantitatif Pendekatan Pengambilan Keputusan Untuk Ilmu Sosial dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ghozali, P. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanaysha, J., & Abd Ghani, N. H. (2013). The Influence of Product Quality and Service Quality on Brand Leadership: Empirical Evidence from Malaysia . *Business Management, Universiti Utara Malaysia*, 227.
- Heizer, J., & Render, B. (2015). *Manajemen Operasi Manajemen Keberlangsungan dan rantai Pasokan*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Irawan. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. (2016). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler Philip, K. (2008). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Mowen, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen, Citra Perusahaan dan Loyalitas Konsumen. *Fakultas Ilmu Administrasi Brawijaya Malang*, 3.
- Razak, I., Nirwanto, N., & Triatmanto, B. (2016). The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with the Mediator of Customer Value . *Marketing and Consumer Research*, 59.

- Sofjan, A. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Jakarta: PT. Rajagrafarindo Persada.
- Sugiyono, P. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Sujarweni, V. (2018). *Metedologi Penelitian Binis dan Ekonomi* . Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Sukidjo. (2004). *Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah. Ekonomi dan Pendidikan*.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono. (2007). *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono Fandy, G. (2016). *Service Quality dan satisfaction, Edisi 4*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Zeithaml, V., Render, B., & Parasuraman, A. (2005). *Kualitas Jasa*. In F. Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Quality Service* (p. 14). Yogyakarta: C.V Andi Offset.