



Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Fotocopy 66 di Bumi Sani Bekasi Timur

Denis Putra Ramadhan

denisgarut66@gmail.com

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Andrian

andriantahar@gmail.com

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Haryudi Anas

haryudi.anas@dsn.ubharajaya.ac.id

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Korespondensi penulis: denisgarut66@gmail.com

Abstrak. *The Effect of Product Quality, Service Quality, and Price on Customer Satisfaction at Photocopy 66 Business in Bumi Sani, East Bekasi. This study aims to determine how the relationship between the variables of Product Quality (X1), Service Quality (X2), and Price (X3) on Customer Satisfaction at Photocopy 66 in Bumi Sani, East Bekasi. The research data is data taken using a questionnaire using a google form distributed to customers who have come more than 3 times to Fotocopy 66 Bumi Sani East Bekasi. The population in this study is unknown and the sample in this study was 100 customers determined using the Hair formula. The data analysis used is the classical assumption test and multiple linear regression analysis, to test and prove the research hypothesis using the SPSS version 26 application*

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Price, Customer Satisfaction*

Abstrak. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Fotocopy 66 di Bumi Sani Bekasi Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas layanan (X2), dan Harga (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Fotocopy 66 di Bumi Sani Bekasi Timur. Data penelitian merupakan data yang diambil menggunakan kuisioner menggunakan *google form* yang disebarakan kepada pelanggan yang sudah datang lebih dari 3x ke Fotocopy 66 Bumi Sani Bekasi Timur. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 pelanggan yang ditentukan menggunakan rumus *Hair*. Analisis data yang digunakan yaitu uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda, untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan*

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis dimasa sekarang ini, akan dapat dirasakan bahwa semakin bergerak ke arah perkembangan dan kemajuan yang pesat melewati batas ruang, gerak, dan waktu. Dilain pihak, gelombang globalisasi semakin tak terbendung, sehingga menyebabkan manusia berlomba-lomba untuk bersaing dalam berbagai bidang, terutama dalam dunia bisnis. Paduan dari kedua hal tersebut adalah adanya usaha-usaha manusia untuk bersaing dan saling mempengaruhi dalam berbagai bidang sesuai dengan perkembangan dan kemajuan globalisasi. Oleh karena itu, manusia berusaha dan terus mencoba untuk menciptakan sesuatu yang mampu bersaing.

Seperti halnya usaha fotocopy. Sebelum adanya mesin fotocopy jika ingin mencetak atau menggandakan file atau dokumen ataupun catatan mereka akan mencetaknya secara manual dengan kelipatan yang mereka inginkan. Dan dengan adanya mesin Fotocopy ini maka pekerjaan akan semakin mudah dalam menggandakan suatu dokumen atau catatan. Mereka akan

mencetaknya sebanyak satu rangkap dan tinggal memfotocopy sesuai dengan jumlah yang di inginkan. Mesin fotocopy akan terus dikembangkan teknologinya yang semakin canggih. Yaitu dari yang dulu dengan hasil mesin fotocopy hitam putih saja (B/W) sekarang dapat memfotocopy warna seperti aslinya. Selain itu untuk kecepatan operasinya juga akan dikembangkan terus menerus yang semakin cepat dalam mencetak atau menggandakan sebuah dokumen. Usaha fotocopy sangat di butuhkan oleh murid dan perkantoran untuk kepentingan dan tugasnya. Oleh karena itu usaha jasa fotocopy ini sangat cocok didirikan di dekat sekolah atau perkantoran.

Usaha fotocopy pada umumnya didirikan pada area dekat dengan sekolahan, koperasi, dan perkantoran ataupun pada perguruan tinggi. ini merupakan salah satu strategi yang di gunakan untuk menjaring pelanggannya karena kebanyakan konsumen mencari yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Sebagai konsumen pastinya menginginkan barang yang berkualitas, murah dan mudah untuk mendapatkannya, hal tersebut akan berpengaruh pada keputusan pembelian.

. Kepuasan pelanggan menurut (Lesmana, 2019) merupakan evaluasi purnabeli dimana sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan konsumen di antaranya yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya, dan kemudahan (Savitri & Anggela, 2020).

Faktor utama keputusan pelanggan pada Fotocopy 66 ini adalah kualitas pelayanan. Menurut Kotler dan Keller kualitas adalah jaminan terbaik atas loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat perusahaan dalam persaingan dan mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan, adalah faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Jika kualitas pelayanan yang dilakukan tinggi maka, semakin tinggi juga tingkat keputusan pembelian konsumen. Pelayanan dapat di definisikan sebagai suatu yang tidak tampak namun dapat di rasakan. Tingkat kemampuan pelayanan fotocopy dapat memberikan segala suatu yang di harapkan oleh konsumen. Pelayanan yang baik yaitu ketepatan waktu pelayanan, termasuk waktu transaksi atau pembayaran. Akurasi, meminimalkan kesalahan dalam melayani pelanggan baik itu pelayanan atau transaksi. Sopan dan ramah ketika bertatap muka dengan pelanggan. Kenyamanan konsumen, termasuk kebersihan, tempat parkir, ruang tunggu.

Tabel 1 Pra - Survey Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan	Ya	%	Tidak	%	Total
1	Apakah produk fotocopy 66 terlihat bagus dan nyaman ketika digunakan?	19	95%	1	5%	20
2	Apakah produk fotocopy 66 yang dijual tidak cepat rusak?	17	85%	3	15%	20
3	Apakah karyawan fotocopy 66 sangat sigap menangani kebutuhan atau kesulitan pelanggan?	14	70%	6	30%	20
4	Apakah karyawan fotocopy 66 ramah dalam berkomunikasi?	18	90%	2	10%	20
5	Apakah harga produk fotocopy 66 relatif mahal?	12	60%	8	40%	20

No	Pertanyaan	Ya	%	Tidak	%	Total
6	Apakah harga produk fotocopy 66 sesuai dengan kualitas produk yang diberikan?	19	95%	1	5%	20
7	Apakah puas dan senang setelah berbelanja di fotocopy 66 ?	15	75%	5	25%	20
8	Apakah sudah memenuhi harapan saat berbelanja di fotocopy 66?	16	80%	4	20%	20

Berdasarkan tabel pra – survey diatas, objek dalam penelitian ini adalah Fotocopy 66. Masalah yang terjadi di Fotocopy 66 adalah pada kualitas pelayanan yang kurang sigap dalam menangani kebutuhan atau kesulitan pelanggan. Harga pada produk fotocopy 66 harga yang tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan, sehingga hal itu belum dapat ememnuhi harapan saat berbelanja di fotocopy 66, karena banyak pelanggan merasa tidak puas. Didukung oleh penelitian (Gema, 2018) yang menyatakan bahwa masalah yang ada pada kepuasan pelanggan disebabkan karena kualitas pelayanan yang buruk dan kualitas produk yang tidak seassui harga yang relatif mahal.

Selain kualitas pelayanan terdapat kualitas produk. Kualitas produk salah satu faktor penentu keberhasilan bisnis adalah melihat pada kualitas produknya. Kualitas produk ini berasal dari persepsi setiap pelanggan mengenai pembelian pada produk Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi fungsinya. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk itu dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Berbagai usaha dilakukan dalam suatu usaha seperti pengontrolan dalam suatu proses produksi guna memperoleh kualitas produk yang baik. Kualitas produk yang baik dan harga yang terjangkau akan menjadi pertimbangan tersendiri bagi pelanggan untuk melakukan pembelian. Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat diketahui bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan elemen penting bagi toko Fotocopy 66. Dalam usaha jasa Fotocopy ini kualitas produk yang diberikan kepada konsumen adalah fotocopy, print (print laser, dan print inject), penjilidan (jilid mika, jilid lakban, jilid buku, jilid soft cover, dan jilid skripsi) dan lain sebagainya. Kualitas produk juga berperan dalam menentukan keputusan pembelian.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, sehingga kualitas pelayanan merupakan suatu keunggulan untuk bersaing. Upaya yang dilakukan perusahaan untuk mencapai kepuasan pelanggan dengan menjaga mutu atau kualitas produknya. Untuk memenuhi kepuasan konsumen merupakan kewajiban perusahaan, selain sebagai faktor keberlangsungan perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan kelebihan dalam bersaing bagi perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan adalah faktor kunci perusahaan dalam menghasilkan produk yang memiliki kualitas. Berikut terdapat pra – survey mengenai kepuasan pelanggan di fotocopy 66 Bumi Sani Bekasi Timur.

Selain itu harga juga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, harga merupakan faktor penting dalam penjualan. Pada umumnya dalam bisnis peranan harga sangat erat kaitannya dengan produk. Ketika memilih diantara merek yang ada, konsumen akan mengevaluasi harga secara absolut tetapi dengan membandingkan beberapa stdanar harga sebagai referensi untuk melakukan pembelian. Harga merupakan satu-satunya elemen pada *marketing mix* yang menghasilkan pendapatan, elemen yang lain justru mengeluarkan biaya. Harga merupakan faktor yang sensitif.

Tabel 2 Data Penjualan Tahun 2023

Bulan	Penjualan	Target Perbulan
Januari	Rp 20.300.000	Rp 20.000.000
Februari	Rp 18.320.000	Rp 20.000.000
Maret	Rp 19.250.000	Rp 20.000.000
April	Rp 21.340.000	Rp 20.000.000
Mei	Rp 20.560.000	Rp 20.000.000
Juni	Rp 20.240.000	Rp 20.000.000
Juli	Rp 19.258.000	Rp 20.000.000
Agustus	Rp 19.020.000	Rp 20.000.000
September	Rp 20.245.000	Rp 20.000.000
Oktober	Rp 19.320.000	Rp 20.000.000
Novermber	Rp 18.758.000	Rp 20.000.000
Desember	Rp 18.473.000	Rp 20.000.000

Sumber : Fotocopy 66 Bumi Sani

Tabel 3 Data Penjualan Tahun 2024

Bulan	Penjualan	Target Perbulan
Januari	Rp 19.933.000	Rp 22.000.000
Februari	Rp 22.569.000	Rp 22.000.000
Maret	Rp 18.780.000	Rp 22.000.000

Sumber : Fotocopy 66 Bumi Sani

Berdasarkan data tabel 1 dan 2 penjualan fotocopy pada tahun 2023 dan tahun 2024, mengalami penurunan pada penjualan dan naik turunnya pencapaian target tiap bulannya karena terbatasnya persediaan barang, berubahnya selera konsumen dan munculnya para pesaing. Dengan melihat kondisi ini pihak usaha fotocopy harus melakukan sebuah perubahan dengan menghadirkan inovasi baru untuk bisa memenuhi keinginan dari pelanggan.

Persaingan pasar usaha Fotocopy 66 ini sangat kuat karena adanya beberapa masyarakat yang membuka usaha fotocopy, maka terdapat permasalahan yang pertama pada penetapan harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu harga pada suatu produk penggandaan jasa fotocopy menjadi sebuah ukuran seseorang untuk membeli sebuah produk. .

Lokasi juga berperan penting dalam menentukan keputusan pembelian oleh konsumen, lokasi yang strategis dan dekat dengan jalan raya, dekat dengan pusat keramaian (Perguruan Tinggi, Perkantoran dan lain-lain) selain itu lokasi ditentukan atas dasar sumber atau bahan utama dari produk tersebut. Karena menyangkut akan berjalan tidaknya suatu bisnis. Seperti halnya Fotocopy 66 ini pendirian usaha ini di jalan Bumi Sani No 22 Desa Setia Mekar Bekasi Timur. Pendirian usaha ini baik dari segi lokasi karena dekat dengan sekolah SMPN 6 dan SMPN 8. Tempat ini di rasa sangat strategis dan efektif karena banyaknya murid yang berlalu lalang di jalan Bumi Sani.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apa yang sebenarnya yang diinginkan atau diharapkan oleh pelanggan dan apa yang selama ini dipersepsikan oleh pelanggan atas harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diterimanya, yang menjadi pokok permasalahan dan pembahasan dalam mengukur keterjangkauan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang ada di Fotocopy 66 tersebut. Baik buruknya harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan akan tergantung pada kemampuan Fotocopy 66 tersebut untuk memenuhi harapan pelanggannya.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Fotocopy 66 di Bumi Sani Bekasi Timur.**

KAJIAN TEORI DAN PERKEMBANGAN HIPOTESIS

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut (Aulia & Hidayat, 2019), Kepuasan pelanggan diukur dengan seberapa besar harapan pelanggan tentang produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan yang aktual. Selain itu, Untuk memenuhi kepuasan pelanggan merupakan kewajiban perusahaan, selain sebagai faktor keberlangsungan perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan kelebihan dalam bersaing bagi perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan adalah faktor kunci perusahaan dalam menghasilkan produk yang memiliki kualitas (Mariansyah et al., 2020). Menurut (Lesmana, 2019) kepuasan pelanggan adalah ketiadaan perbedaan antara harapan yang dimiliki dan unjuk kerja yang senyatanya diterima. Apabila harapan tinggi, sementara unjuk kerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai. Sebaliknya, apabila unjuk kerja melebihi dari yang diharapkan, kepuasan meningkat. Dapat disimpulkan bahwa Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana seseorang merasa puas atau tidak puas terhadap kinerja (hasil) suatu produk dalam kaitannya dengan harapannya. Tentu saja pelanggan akan merasa puas ketika menerima apa yang diharapkannya.

Kualitas Produk

Kualitas Produk merujuk pada kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk dalam hal durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, perbaikan produk, dan atribut-atribut lain yang terkait (Andrian et al., 2021). Kualitas produk dapat ditinjau dari dua sudut pandang yaitu sudut pandang internal dan sudut pandang eksternal (Lesmana,

2019). Kualitas produk merupakan salah satu hal utama yang diperhatikan dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang utama memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Sebelum mengetahui pengertian kualitas produk kita harus mengetahui pengertian produk terlebih dahulu (Santoso, 2019). Menurut (Bansaleng et al., 2021) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan. Pendapat lain menurut (Bahar & Sjahrudin, 2019) kualitas produk (*product quality*) didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa. Dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk adalah sejauh mana suatu produk dapat memenuhi atau melampaui harapan konsumen atau pelanggan secara fisik, fungsi maupun sifat produknya. Memastikan kualitas produk adalah tujuan penting bagi setiap perusahaan yang ingin mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar. Kepuasan pelanggan yang lebih tinggi biasanya dikaitkan dengan kualitas produk yang lebih tinggi. Barang berkualitas tinggi sesuai atau melampaui harapan pelanggan, sehingga meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sebagai suatu konsep yang secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu pelayanan, yaitu perbandingan terhadap excellence (keterandalan) dan sales counter yang dilakukan oleh konsumen (Lesmana, 2019). Selain itu menurut Menurut Tjiptono dan Chandra (2018:77) kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibanding ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan (Aulia & Hidayat, 2019). Menurut (Santoso, 2019) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Dari definisi tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala upaya yang dilakukan perusahaan didalam memenuhi harapan pelanggan terhadap pelayanan yang mereka terima agar pada akhirnya perusahaan dapat bertahan di pasar dan mendapatkan kepercayaan konsumen. Dari pendapat diatas maka kualitas pelayanan adalah Sejauh mana suatu layanan memenuhi keinginan dan harapan pelanggan. Oleh karena itu, suatu layanan dapat dianggap berkualitas tinggi jika memenuhi sebagian besar harapan pelanggan.

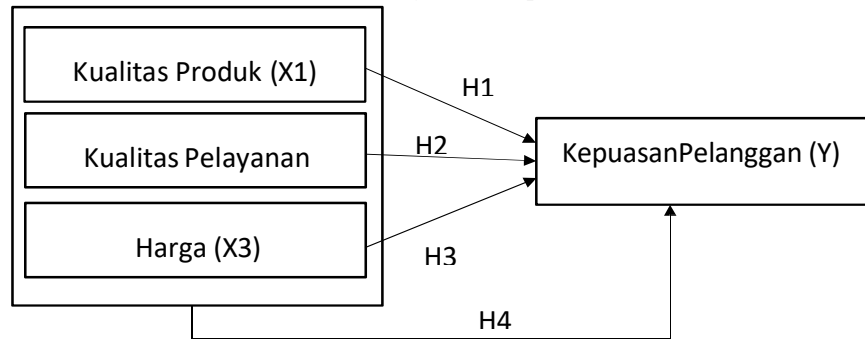
Harga

Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk/kualitas, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya/pengeluaran (Bansaleng et al., 2021). Dalam arti sempit, harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Aulia & Hidayat, 2019). Dapat ditarik kesimpulan bahwa harga adalah jumlah yang pembeli bersedia bayarkan kepada penjual untuk suatu barang sebagai imbalan atas sekumpulan komoditas dan jasa. Sebuah usaha/bisnis harus dapat menetapkan harga barang dan jasa yang mereka jual dengan biaya yang wajar karena lingkungan bisnis menjadi semakin

kompetitif, dan ada semakin banyak pemain baru di pasar. Kemampuan suatu usaha untuk bertahan dalam menghadapi para pesaingnya dipengaruhi oleh persaingan harga dan jasa yang dijual.

Berikut terdapat hipotesis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Gambar 1 Kerangka Konseptual



Sumber : Diolah pada 2024

Berdasarkan hubungan teoritis yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1 : Kualitas Produk diduga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada usaha fotocopy 66 di Bumi Sani Bekasi Timur.

H2 : Kualitas Pelayanan diduga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada usaha fotocopy 66 di Bumi Sani Bekasi Timur.

H3 : Harga diduga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada usaha fotocopy 66 di Bumi Sani Bekasi Timur.

H4 : Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha fotocopy 66 di Bumi Sani Bekasi Timur

METODE PENELITIAN

Penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif kausal. (Sujarweni, 2019) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan pengetahuan yang diperoleh dengan menggunakan statistik atau menghasilkan pengetahuan yang diperoleh dengan menggunakan statistik atau metode kuantifikasi (pengukuran) lainnya. Penelitian kausal adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan kausal antara variabel bebas (variabel yang mempengaruhi) dan variabel terikat (variabel yang dipengaruhi). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Fotocopy 66 Bumi Sani Bekasi Timur. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, Pertimbangan yang digunakan adalah sampel diambil dari pelanggan yang sudah lebih dari dua kali ke fotocopy 66 Bumi Sani. Dengan penentuan jumlah sampel minimum dihitung berdasarkan rumus Hair yang digunakan karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. maka di peroleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebesar 100 responden.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas & Reabilitas Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X3), dan Kepuasan Pelanggan (Y).

Uji Validitas Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan

diukur oleh kuesioner tersebut. Dikatakan valid apabila nilai r hitung $> r$ tabel dan sebaliknya apabila r hitung $< r$ tabel maka pertanyaan tersebut tidak valid.

Tabel 4. Uji Validitas

Variabel	Korelasi Antara	Hasil
Kualitas Produk	8	Valid
Kualitas Pelayanan	5	Valid
Harga	4	Valid
Kepuasan Pelanggan	3	Valid

Sumber : Olah Data SPSS versi 26

Uji Reabilitas alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel (handal) jika jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten. Suatu variabel dikatakan reliabel (handal) jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$.

Tabel 5 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
1	Kualitas Produk	0,962	0,70	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan	0,793	0,70	Reliabel
3	Harga	0,790	0,70	Reliabel
4	Kepuasan Pelanggan	0,827	0,70	Reliabel

Sumber : Olah data SPSS versi 26

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa nilai Cronbach's Alpha diatas pada variabel Kualitas Produk sebesar 0,962, Kualitas Produk Pelayanan sebesar 0,793, Harga sebesar 0,790 dan variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0,827. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,70$.

**Tabel 6 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

Unstandardized Residual		
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.05309291
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.065
	Negative	-.071

Test Statistic	.071
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

Sumber : Olah data SPSS versi 26

Pada metode uji Kolmogrov-Smirnov, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya apabila signifikansi $< 0,05$, maka variabel tidak berdistribusi normal. Dari hasil tabel 4.11 diatas menunjukkan bahwa **Asymp.Sig** $0.200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Influence Factor* (VIF) < 10 , maka tidak terjadi masalah multikolinieritas. Sebaliknya nilai VIF > 10 maka tidak terjadi masalah **multikolinieritas**.

Tabel 7 Uji Multikolinieritas

No	Variabel Bebas	Perhitungan <i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0.728	1.373	Tidak Terjadi Multikolinieritas
2	Kualitas Produk	0.419	2.386	Tidak Terjadi Multikolinieritas
3	Harga	0.461	2.170	Tidak Terjadi Multikolinieritas

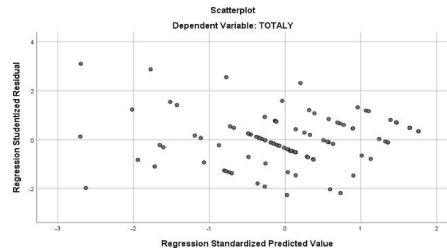
Sumber : Olah data SPSS versi 26

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai model regresi dalam penelitian ini tidak mengandung masalah multikolinieritas. Karena nilai VIF yaitu dibawah batas kriteria tentang adanya masalah multikolinieritas yaitu 10. Dengan demikian data tersebut dapat memberikan informasi yang berbeda untuk setiap variabel independennya.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan heterokedastisitas yaitu ketidaksamaan varian residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Gejala heteroskedastisitas bisa diuji dengan menggunakan *ScatterPlot* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SPRESID. Tidak heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta bulir-bulir menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y.

Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas.



Sumber : Olah data SPSS versi 26

Bedasarkan Gambar diatas menunjukan bahwa bulir-bulir lingkaran menyebar secara acak tersebar dengan baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y dan bulir-bulir lingkaran tersebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu. Dengan demikian **tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi berganda**. Sehingga model regresi ini layak digunakan untul memprediksi keputusan Kepuasan Pelanggan berdasarkan variabel yang mempengaruhinya yaitu Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan perhitungan analisis regresi linier berganda yang dilakukan melalui uji statistik dengan menggunakan program SPSS versi 26 didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 8 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1(Constant)	1.565	.928		1.687	.095		
KUALITAS PRODUK	.048	.021	.173	2.286	.024	.728	1.373
KUALITAS PELAYANAN	.149	.065	.228	2.292	.024	.419	2.386
HARGA	.373	.072	.491	5.171	.000	.461	2.170

Sumber : Olah data SPSS versi 26

Bedasarkan tabel 4.13 diatas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut $Y = 1.565 + 0,048 X_1 + 0,149 X_2 + 0,373 X_3 + e$. Model persamaan diatas dapat diartikan sebagai berikut:

- Nilai a sebesar 1.565 nilai ini merupakan konstansta saat variabel kepuasan pelanggan belum dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Harga (X_3). Jika variabel independen tidak ada maka variabel

kepuasan pelanggan tidak mengalami perubahan.

- b. Nilai koefisien regresi (X1) sebesar 0.048. Memiliki arti bahwa jika terjadi penurunan variabel Kualitas Produk 1 unit, maka akan diikuti juga penurunan minat beli sebesar 0.048 unit dan faktor lain tetap
- c. Nilai koefisien regresi (X2) sebesar 0,149. Memiliki arti bahwa jika terjadi kenaikan variabel Kualitas Pelayanan 1 unit, maka akan diikuti dengan kenaikan minat beli sebesar 0.149 unit
- d. Nilai koefisien regresi(X3) sebesar 0.373. Memiliki arti bahwa jika terjadi kenaikan variabel Kualitas Pelayanan 1 unit, maka akan diikuti dengan kenaikan minat beli sebesar 0.373 unit.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar diantara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen (X) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Y).

Tabel 9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.775 ^a	.601	.589	1.069

Sumber : Olah data SPSS versi 26

Bedasarkan tabel 4.14 diatas dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,589. Dengan demikian maka diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 58,9%. Yang menunjukkan arti bahwa **pengaruh Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Harga (X3) memberikan pengaruh simultan (bersama-sama) sebesar 58,9% terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).**

Uji Parsial (Uji T)

Bedasarkan tabel 4.14 diatas dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,589. Dengan demikian maka diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 58,9%. Yang menunjukkan arti bahwa **pengaruh Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Harga (X3) memberikan pengaruh simultan (bersama-sama) sebesar 58,9% terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Tabel 10 Uji Parsial (Uji t)

Coeffic

Unstandardi	Standardi z ed Coefficien	Collineari
-------------	---------------------------------	------------

Model	zed Coefficients		t s		ty Statistics		Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.			
1	(Constant)	1.565	.928		1.687	.095		
	KUALITAS PRODUK	.048	.021	.173	2.286	.024	.728	1.373
	KUALITAS PELAYANAN	.149	.065	.228	2.292	.024	.419	2.386
	HARGA	.373	.072	.491	5.171	.000	.461	2.170

Sumber : Olah data SPSS versi 26

a. Variabel Kualitas Produk(X1)

Bedasarkan tabel 4.14 diatas diperoleh nilai t hitung Pada variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 2.286 > dari nilai t tabel 1,98498 serta nilai sig 0,024 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Ha1 diterima dan Ho1 ditolak. Artinya dapat dikatakan bahwa **Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikansi terhadap Kepuasan Pelanggan.**

b. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Bedasarkan tabel 4.14 diatas diperoleh nilai t hitung pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 2.292 > dari nilai t tabel 1,98498 serta nilai sig 0,024 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Ha2 diterima dan Ho2 ditolak. Artinya dapat dikatakan bahwa **Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikansi terhadap Kepuasan Pelanggan.**

c. Variabel Harga (X3)

Bedasarkan tabel 4.14 diatas diperoleh nilai t hitung pada variabel Harga (X3) sebesar 5,171 > dari nilai t tabel 1,98498 serta nilai sig 0,000 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Ha3 diterima dan Ho3 ditolak. Artinya dapat dikatakan bahwa **Harga secara parsial berpengaruh signifikansi terhadap Kepuasan Pelanggan**

Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan (bersama-sama) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Jika nilai signifikan $F > 0,05$, maka model dikatakan tidak layak untuk digunakan. Jika nilai signifikan $F < 0,05$, maka model dikatakan layak untuk digunakan.

Prosedur uji F ini adalah sebagai berikut :

1. Jika F hitung > F tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima
2. Jika F hitung < F tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak

Tabel 11 Uji Simultan (Uji F)

		ANOVA ^a				
Model	Squares	Sum of	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	165.519	3	55.173	48.242	.000 ^b
	Residual	109.791	96	1.144		
	Total	275.310	99			

Sumber : Olah data SPSS versi 26

Berdasarkan tabel 4.18 diatas dapat diketahui Fhitung sebesar $48.242 >$ nilai f tabel 3,09 serta nilai sig $0,000 < 0,05$. **Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.** Artinya dapat dikatakan bahwa **Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga secara simultan berpengaruh signifikansi terhadap Kepuasan Pelanggan**

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji dan pembahasan yang telah dilakukan maka diperoleh kesimpulan dari penelitian ini bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini H_1 menyatakan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Fotocopy 66 di Bumi Sani Bekasi Timur yang berarti H_1 dapat diterima.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini H_2 menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Fotocopy 66 di Bumi Sani Bekasi Timur yang berarti H_2 dapat diterima.
3. Berdasarkan hasil penelitian ini H_3 menyatakan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Fotocopy 66 di Bumi Sani Bekasi Timur yang berarti H_3 dapat diterima
4. Berdasarkan hasil penelitian ini H_4 dinyatakan bahwa Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan yang berarti H_4 dapat diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrian, Ardiati, F. L., & Untari, D. T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Julietta Fried Chicken Di Bekasi Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 23–32. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.427>
- Asti, E. G., & Ayuningtyas, E. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 01(01), 1–14.
- Aulia, M., & Hidayat, I. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN AMANDA BROWNIES. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6.
- Bahar, A., & Sjharuddin, H. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang*. 3, 14–34.

- Bansaleng, J. M., Sepang, J. L., Tampenawas, J. L. A., Produk, P. K., Pelayanan, K., & Produk, D. A. N. H. (2021). *TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA KARTU XL DI MANADO INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY , SERVICE QUALITY , AND PRODUCT PRICE ON XL CARD USER CUSTOMER SATISFACTION IN MANADO Jurnal EMBA Vol ... No ... Juni 2021 , Hal . 331 - 340.* 331–340.
- Cahyani, F. G., & Sitohang, S. (2016). *1 PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN Febby Gita Cahyani.* 5(2007), 1–19.
- Gema, Z. D. (2018). *Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.* 1–18.
- Indarwati, Y., & Untarini, N. (2017). *Pengaruh Ketidakpuasan Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dengan Kebutuhan Mencari Variasi Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Pengguna Smartphone Yang Pernah Melakukan Perpindahan Merek Di Surabaya).* *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 1–11.
- Juwanto. (2020). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RUMAH MAKAN RAHAYU DEMAK.*
- Kusumastuti, I., ita Kurniawati, N., Loka Satria, D., & Wicaksono, D. (2019). *Analisis Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dimediasi Oleh Kepuasan Kerja Karyawan Pada Sp Alumunium Di Yogyakarta.* *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*, 3(1), 43–53. <https://doi.org/10.31002/rn.v3i1.1540>
- Lesmana, R. (2017). *PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT . RADEKATAMA PIRANTI NUSA Berikut ini data penjualan PT . Radekatama Piranti Nusa Tahun 2013 dibawah ini : Data Jumlah penjualan Jumlah Keluhan Pelanggan Tahun 2013- 2017 Jenis Keluhan / Complaint Tahun Ketepata.* 2(2), 115–129.
- Malonda, E. S., & Soenawan, A. D. (2020). *HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN D ' STUPID BAKER SPAZIO GRAHA FAMILY SURABAYA.* 395–409.
- Mariansyah, A., Darma, U. B., Syarif, A., & Darma, U. B. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu.* 3(2), 134–146.
- Mujid, A., & Andrian, A. (2021). *Strategi Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Melanjutkan Sekolah.* *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 66–76.
- Muslimawaty, N. D. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan di kafe garasi kopi beksi.*
- Pandoyo. (2018). *Desain Penelitian.*
- Pratama, N. A. (2021). *Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen berbelanja online (.*
- Santoso, J. B. (2019). *(STUDI PADA KONSUMEN GEPREK BENSU RAWAMANGUN).* 16(01), 127–146.
- Sari, D. D. (2016). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN SIM CARD GSM PRABAYAR XL DI KOTA YOGYAKARTA).*
- Savitri, C., & Anggela, F. P. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. XXX.* 4(2), 234–252.
- Sujarweni. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif. In Pustaka Baru press : Yogyakarta., 2018.*
- Sujarweni, V. W. (2020). *Peran Lembaga Keuangan Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Kasus di Kota Yogyakarta).* *Monex*, 9(1), 86–96.
- Yulianti. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KEDAI KOPI PAPA ONG DI KOTA MAKASSAR.*