

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CV. INDAH TEKNIK JAYA PEKANBARU**

**Bobby Rinaldi, Hicmaed Tachta Hinggo S, Alum Kusumah**

*Universitas Muhammadiyah Riau*

190304266@student.umri.ac.id

### **ABSTRAK**

*CV. Indah Teknik Jaya Pekanbaru adalah perusahaan yang bergerak di bidang penyedia jasa service airconditioner (AC), perawatan, pasang baru, ganti kompresor, isi freon, repair, (AC, kulkas dan mesin cuci) yang terletak di jalan duku No. 12c, Tangkerang Tengah, Kecamatan Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru. Penelitian ini dimaksudkan guna melihat peran kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan CV. Indah Teknik Jaya Pekanbaru. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan penyebaran kuesioner menggunakan google form. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa kualitas pelayanan dan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.*

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

### **Pendahuluan**

Di era modern saat ini membawa dampak yang sangat besar bagi perkembangan dunia bisnis di seluruh dunia, Pasar terbuka luas dan peluang menjadi semakin lebar, namun sebaliknya persaingan menjadi ketat dan sulit di prediksi (Anggraeni & Maulani, 2023). Kondisi ini menuntut setiap perusahaan menciptakan keunggulan yang kompetitif dalam bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan-perusahaan lain yang berkecimpung dalam bidang yang sama. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan sehingga pelanggan akan merasa puas dan akan berdampak baik bagi perusahaan (haurissa, 2022)

CV. Indah Teknik Jaya Pekanbaru adalah perusahaan yang bergerak di bidang penyedia jasa service airconditioner (AC), perawatan, pasang baru, ganti kompresor, isi freon, repair, (AC, kulkas dan mesin cuci) yang terletak di jalan duku No. 12c, Tangkerang Tengah, Kecamatan Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru. Pelayanan yang disediakan oleh CV. Indah Teknik Jaya Pekanbaru adalah pelayanan yang cepat dan selalu memenuhi janji dalam menyelesaikan permintaan konsumen (reliability), ketepatan dalam pelayanan dan kesigapan dalam membantu konsumen untuk memenuhi permintaannya (responsiveness), karyawan menjalin komunikasi kepada setiap konsumen serta karyawan mempunyai perhatian dan selalu memahami keinginan konsumen (emphaty). Namun berdasarkan hasil wawancara penelitian ditemukan bahwa pelanggan merasa tidak puas dengan perbaikan yang dilakukan oleh karyawan, ketika karyawan melakukan service AC yang sebelumnya AC pelanggan tersebut masih baru dan setelah di service AC tersebut bocor, setelah pelanggan komplain ke CV. Indah Teknik Jaya Pekanbaru dan karyawan melakukan pengecekan karyawan terkesan tidak mengetahui penyebab bocornya AC tersebut. Hasil wawancara pelanggan selanjutnya menyatakan bahwa harga sparepart yang di berikan oleh CV. Indah Teknik Jaya Pekanbaru mahal dibandingkan CV yang lain. Namun pada ulasan yang terdapat di google pada CV. Indah Teknik Jaya Pekanbaru di dapati beberapa ulasan yang menyatakan bahwa pada saat pelanggan komplain melalui via telepon karyawan selalu mengundur-undur waktu untuk

pengecekan langsung ke rumah pelanggan, dan juga bahkan tidak datang. Ulasan lainnya juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan pada jasa service AC di CV. Indah Teknik Jaya Pekanbaru tidak memuaskan karena AC yang diservice tidak diperbaiki dengan baik. Berikut ini disajikan target dan realisasi yang telah dicapai oleh CV. Indah Teknik Jaya Pekanbaru dari tahun 2018 sampai tahun 2022.

**Tabel 1. 1** Data Pelayanan Jasa Service Pada CV. Indah Teknik Jaya Di Pekanbaru Periode Tahun 2018 s/d Tahun 2022 (Orang).

No.	Tahun	Target Service	Realisasi Service	Persentasi
1	2018	2.000	1.475	74%
2	2019	2.000	1.376	69%
3	2020	2.000	1.512	76%
4	2021	2.000	1.587	79%
5	2022	2.000	1.352	68%

Sumber: CV. Indah teknik jaya Pekanbaru

Terlihat pada tabel CV. Indah Teknik Jaya menargetkan melakukan service 2000 orang per tahun. Namun, kenyataannya target service belum tercapai mulai dari tahun 2018 hingga tahun 2022. Bahkan tingkat penggunaan pelayanan service pada CV. Indah Teknik Jaya mengalami *fluktuasi*. Seperti pada tahun 2018 mempunyai angka 1.475 dengan persentase 74%, pada tahun 2019 mempunyai angka 1.376 dengan persentase 69%, pada tahun 2020 mempunyai angka 1.512 dengan persentase 76%, pada tahun 2021 mempunyai angka 1.587 dengan persentase 79%, dan pada tahun 2022 mempunyai angka 1.352 dengan persentase 68%.

### Literatur Review dan Pengembangan Hipotesis

Menurut Tjiptono (2019) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Shokouhyar (2020) pelanggan puas berarti mendapatkan hal-hal yang diinginkan. Kata ingin merujuk pada sesuatu yang tidak diungkapkan. Maka dalam ruang lingkup pemasaran kepekaan pelaku usaha atas keinginan pelanggan adalah penting. Pengaruh kualitas pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Firatmadi (2018) menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang cukup berarti terhadap kepuasan pelanggan. Berkaitan dengan itu faktor-faktor yang memberi kontribusi terhadap peningkatan kualitas pelayanan hendaknya diperhatikan. Faktor-faktor ini antara lain, dengan meningkatkan keterampilan karyawan teknis, memperbaiki sikap dan perilaku karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan melalui pelatihan dan kursus singkat simulasi pelayanan prima dengan standar perusahaan, Sosialisasi kepada petugas operasional langsung tentang kebutuhan-kebutuhan pelanggan atau sosialisasi terhadap persepsi manajemen yang bertujuan untuk mengurangi kesenjangan yang terjadi. Selanjutnya dalam penelitian Nanincova (2019) yang juga menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitiannya menunjukkan kualitas layanan yang terdiri dari reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible memiliki kontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan pembahasan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H1: Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan**

Menurut Indrasari (2019) pengertian harga disebutkan sebagai nilai relatif dari produk atau jasa dan bukan indikator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan

dalam menghasilkan produk atau jasa. Menurut Canon et al (2018), harga adalah sesuatu yang harus diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan. Jadi, harga memainkan peran langsung dalam membentuk nilai pelanggan. Berdasarkan hasil uji signifikansi secara simultan pada uji F menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan (Oktavianus, 2022). Berdasarkan hasil analisis dapat diambil kesimpulan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gofur (2019). Berdasarkan pembahasan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H2: Diduga harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan**

Menurut Luthfi (2019) “kepercayaan adalah sebagai kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang telah dipercaya”. Dalam Priansa (2018) mengemukakan bahwa kepercayaan konsumen dibangun melalui dua dimensi, yaitu: *trusting belief* dan *trusting intention*. Pengaruh kepercayaan merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kasinem (2020) menemukan bahwa terdapat pengaruh kepercayaan terhadap Kepuasan pelanggan. Hasil penelitian keseluruhan menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian Rizkiana et al., (2023) menunjukkan bahwa arah hubungan antara Kepercayaan dan kepuasan pelanggan adalah positif. Hal tersebut membuktikan bahwa variabel kepercayaan secara positif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan pembahasan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H3: Diduga kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.**

**Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono., 2018) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan menggunakan instrumen penelitian, analisis databersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa service CV. Indah teknik jaya Pekanbaru yang jumlahnya tidak diketahui. Teknik pengambilan sample adalah dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria Berdomisili di kota Pekanbaru, Pernah melakukan service AC di CV. Indah Teknik Jaya Pekanbaru.

**Hasil dan Pembahasan**

**Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif**

Pengukuran statistik deskriptif perlu dilakukan untuk melihat data secara umum seperti nilai tertinggi (*max*)terendah (*min*), rata-rata (*mean*), dan standar dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun variabel dari penelitian ini yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Kepercayaan ( $X_3$ ) sebagai variabel dependen dan Kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel independen. Mengenai hasil uji statistik penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.4** Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Range	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	100	96	24	120	92.88	19.675

Harga	100	48	12	60	45.53	9.460
Kepercayaan	100	32	8	40	31.23	6.471
Kepuasan Pelanggan	100	36	9	45	35.03	7.107
Valid N (listwise)	100					

Sumber: *Output SPSS 26*, data diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji deskriptif pada tabel diatas, dapat digambarkan distribusi data yang dapat oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), dari data tersebut dapat di deskripsikan bahwa nilai minimum adalah 24 sedangkan nilai maximum adalah 120. nilai rata-rata dan standar deviasi kualitas pelayanan menunjukkan bahwa terdapat hasil data yang dikatakan baik karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi.
2. Variabel Harga ( $X_2$ ), dari data tersebut dapat di deskripsikan bahwa nilai minimum adalah sebesar 12 sedangkan nilai maximum adalah 60. nilai rata-rata sebesar 45.53 dan standar deviasi yaitu sebesar 9.460. nilai rata-rata dan standar deviasi harga menunjukkan bahwa terdapat hasil data yang dikatakan baik karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi.
3. Variabel kepercayaan ( $X_3$ ), dari data tersebut dapat di deskripsikan bahwa nilai minimum adalah sebesar 8 sedangkan nilai maximum adalah 40. nilai rata-rata sebesar 31.23 dan standar deviasi yaitu sebesar 6.471. nilai rata-rata dan standar deviasi kepercayaan menunjukkan bahwa terdapat hasil data yang dikatakan baik karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi.
4. Variabel Harga ( $Y$ ), dari data tersebut dapat di deskripsikan bahwa nilai minimum adalah sebesar 9 sedangkan nilai maximum adalah 45. nilai rata-rata sebesar 35.03 dan standar deviasi yaitu sebesar 7.107. nilai rata-rata dan standar deviasi kepuasan menunjukkan bahwa terdapat hasil data yang dikatakan baik karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi.

### Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur angket yang merupakan indikator dari variabel dan dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* > 0,60 dan jika nilai *cronbach alpha* < 0,60 maka dinyatakan tidak reliabel (Nazri, 2021).

**Tabel 4.10** Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Variabel penelitian	Cronbach's Alpha	Nilai kritis	Keterangan
Kualitas pelayanan ( $X_1$ )	0,977	0,6	Reliabel
Harga ( $X_2$ )	0.943	0,6	Reliabel
Kepercayaan ( $X_3$ )	0.939	0,6	Reliabel
Kepuasan ( $Y$ )	0.943	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah, (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa masing-masing dari setiap variabel ternyata diperoleh nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Dengan demikian, maka hasil uji reabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal

atau tidak normal. Uji normalitas adalah suatu uji yang dilakukan untuk melihat apakah data dalam penelitian telah berdistribusi dengan normal. Model regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal (Sari, 2020). Hasil uji ini nantinya akan mempengaruhi langkah analisis selanjutnya. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi dengan normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada data normalitas data dapat digunakan dengan menggunakan uji *one sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji *one sample Kolmogorov Smirnov* menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal (Ghozali 2016).

**Tabel 4.11 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.35409079	
Most Extreme Differences	Absolute	.108	
	Positive	.087	
	Negative	-.108	
Test Statistic		.108	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.006 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.182 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.172
		Upper Bound	.192

Sumber: Data diolah, (2023)

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

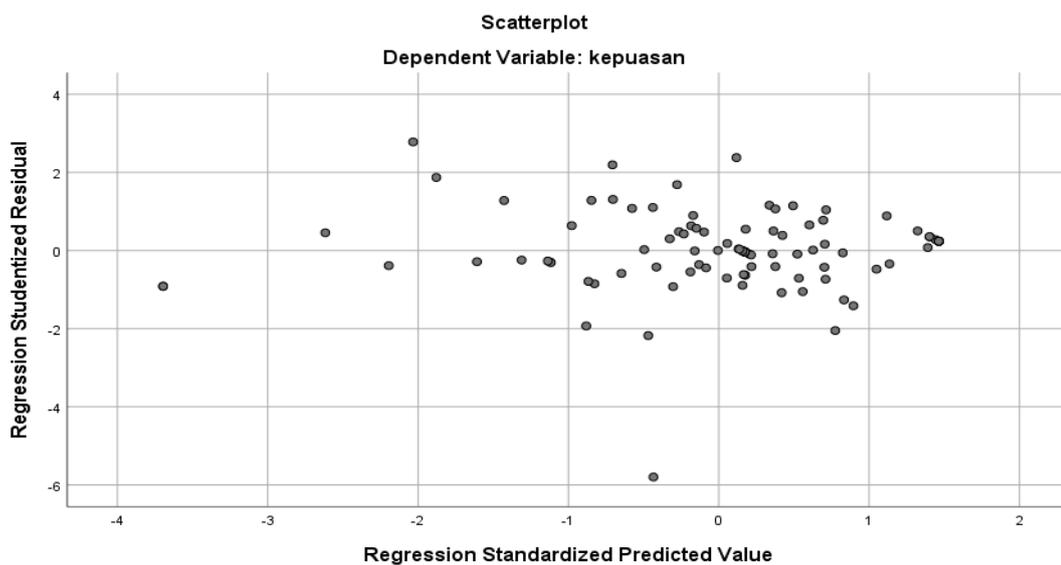
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 624387341.

Berdasarkan tabel uji normalitas di atas menunjukkan bahwa uji normalitas yang dilakukan dengan metode Kolomogrov Smirnov menggunakan kriteria nilai signifikan atas monte Carlo (2-tailed). Metode monte carlo merupakan metode pengujian normalitas data dengan menggunakan pengembangan sistematis yang memanfaatkan bilangan acak. Tujuan dilakukannya monte carlo adalah untuk melihat distribusi data yang telah diuji dari sample yang bernilai acak atau nilainya dianggap terlalu extream. Dari hasil di atas dilihat pada tabel menunjukkan hasil signifikan uji normalitas sebesar 0,182 dimana hasil tersebut lebih besar dari pada taraf signifikan 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian yang diberi pada uji normalitas berdistribusi normal.

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan Variancece dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan grafik scatterplot yaitu jika terdapat pola tertentu pada grafik *scatterplot* seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, menyebar kemudian menyempit) maka dapat disimpulkan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar, maka indikasinya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

**Tabel 4.13** Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot



Sumber: Data diolah, (2023)

Dari gambar terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tidak membentuk pola yang jelas, tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor* (Juli 2019). Dasar pengambilan keputusan pada uji Multikolinearitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai tolerance  $> 0.10$  maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
2. Jika nilai tolerance  $< 0.10$  maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

Melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai VIF < 10.00 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
2. Jika nilai VIF > 10.00 maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji .

**Tabel 4.12** Hasil Uji Multikolinearitas

		Collinearity statistic	
Model		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.206	4.852
	Harga	.200	5.000
	Kepercayaan	.208	4.799

a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa seluruh variabel Kualitas pelayanan (X1) menunjukkan nilai VIF lebih kecil dari 10,00 (4.852 < 10), Harga (X2) bernilai (5000 < 10), dan kepercayaan (X3) bernilai (4.799 < 10.000) dan nilai toleransi dari semua variabel menunjukkan nilai lebih besar dari 10,00.

Maka dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan multikolinearitas pada variabel Kualitas pelayanan (X1), Harga (X2), dan kepercayaan(X3).

### Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk analisis data. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan analisis linier. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas, dan satu variabel terikat (Aprilguansyah, 2022).

**Tabel 4.14** Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.789	1.758		2.155	.034
	kualitas pelayanan	.033	.038	.091	.862	.391
	Harga	.130	.081	.174	1.612	.110
	Kepercayaan	.636	.104	.646	6.122	.000

Sumber: Data diolah, (2023)

a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel diatas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3.789 + 0.033 X_1 + 0.130 X_2 + 0.636 X_3$$

Keterangan:

Y: Kepuasan Konsumen

X1: Kualitas Pelayanan

X2: Harga

X3: Kepercayaan

Persamaan regresi linier diatas memperlihatkan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan persamaan regresi linier berganda diatas diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 3,789 artinya keadaan saat variabel kepuasan konsumen (Y) belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel bebas Kualitas pelayanan (X1), harga (X2) dan kepercayaan (X3) nilainya diasumsikan bernilai nol (0).
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,033 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen, yang berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel harga, maka nilai variabel kepuasan konsumen bertambah sebesar 0,033 Dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap.
3. Nilai koefisien regresi variabel harga (X2) sebesar 0,130 menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen, yang berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel kualitas pelayanan, maka nilai variabel kepuasan konsumen bertambah besar 0,130 Dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap.
4. Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan (X3) sebesar 0,636 menunjukkan bahwa variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen, yang berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel kualitas pelayanan, maka nilai variabel kepuasan konsumen bertambah besar 0,636 Dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap.

**Uji Hipotesis**

**Hasil Uji T**

Pengujian ini berguna untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t yang ada pada tabel dengan tingkat kesalahan (a) sebesar 5%. Rumus pengambilan  $t_{tabel}$  dengan nilai 5% dengan menggunakan rumus Ghozali (2018) adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} \text{ df} &= (a/2 ; n - k - 1) \\
 &= (0,05/2 ; 100 - 3 - 1) \\
 &= (0,025 ; 96)
 \end{aligned}$$

=1,98498

Keterangan:

n : sample

k : jumlah variabel bebas

a : tingkat kepercayaan 5% (0,05)

hasil dari pengujian parsial (uji t) adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.15 Hasil Uji T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.789	1.758		2.155	.034

kualitas pelayanan	.033	.038	.091	.862	.391
Harga	.130	.081	.174	1.612	.110
kepercayaan	.636	.104	.646	6.122	.000

a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data olahan, (2023)

Berdasarkan tabel maka dapat diketahui sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa CV. Teknik Indah Jaya Pekanbaru menunjukkan  $t_{hitung}$  862. tabel 1,98498 dengan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar 0,391 diatas 0,05. Maka hasilnya tidak signifikan dan berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa CV. Teknik Indah Jaya Pekanbaru menunjukkan  $t_{hitung}$  1.612. tabel 1,98498 dengan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar 0,110 diatas 0,05. Maka hasilnya tidak signifikan dan berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa CV. Teknik Indah Jaya Pekanbaru menunjukkan  $t_{hitung}$  6.122. tabel 1,98498 dengan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar 0,00 dibawah 0,05. Maka hasilnya signifikan dan berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi berguna untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Tingkat keeratan hubungan koefisien determinasi bernilai diantara 0-1. Mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen (harga dan kualitas pelayanan) dalam menerangkan variabel dependen (kepuasan konsumen). Hasil dari pengujian koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.16** Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.882 <sup>a</sup>	.777	.770	3.40610

a. Predictors: (Constant), kepercayaan, kualitas pelayanan, harga

b. Dependen Variabel: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data olahan, (2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui nilai R menunjukkan korelasi ganda antara variabel independen dengan variabel dependen. Dimana diketahui nilai R sebesar 0,882. Artinya bahwa korelasi ganda antar variabel independen (kualitas pelayanan, Harga, dan kepercayaan) dengan variabel dependen (kepuasan konsumen) memiliki hubungan yang kuat. Dan juga dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,770 atau 77,0% . sementara sisanya 23,0% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada

- CV. Indah teknik jaya Pekanbaru. artinya kualitas pelayanan bukan merupakan hal yang penting dari kepuasan pelanggan di CV. Indah teknik jaya Pekanbaru.
2. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Indah teknik jaya Pekanbaru. artinya Harga bukan merupakan hal yang penting dari kepuasan pelanggan di CV. Indah teknik jaya Pekanbaru.
  3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Indah teknik jaya Pekanbaru. artinya kualitas pelayanan bukan merupakan hal yang penting dari kepuasan pelanggan di CV. Indah teknik jaya Pekanbaru. yang artinya Kepercayaan merupakan hal terpenting bagi kepuasan pelanggan, semakin tinggi tingkat kepercayaan pelanggan maka semakin tinggi loyalitas pelanggan CV. Indah Teknik Jaya Pekanbaru.

## Daftar Pustaka

- Anggraeni, R., & Maulani, I. E. (2023). Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Bisnis Modern. *Jurnal Sosial Dan Teknologi (Sostech)*, 3(2), 94–98.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jupe)*, 8(3), 86–94.
- Apriansyah, M., Agrasadya, A., & Sunarto, A. (2022). Pengaruh Motivasi Dan Kompensasi Terhadap Produktivitas Kerja Pada PT. Mitra Adiperkasa Tbk Divisi Sports Area Jakarta Pusat. *Jurnal Arastirma*, 2(2), 257-268.
- Ardiana, S. B., AL, A., Hidayah, N., & Sy, M. E. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Shopee*.
- Atmanegara, S. Y., Cahyono, D., Qomariah, N., & Sanosra, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso. *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*, 9(1), 79–89.
- Juli, N. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan Spss*. (1st Ed). Deepublish.
- Firatmadi, A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Pelita Air Service). *Journal Of Business Studies*, 2(2), 80–105.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Hardiningsih (Ed.)). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Pada PT. XL AXIATA Tbk. Dan PT. INDOSAT Tbk?. *Jurnal EMBA, 63 IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan Ke VIII.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gofur, A. (2019). 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282.
- Hasibuan, E. J., Florentina, E., Simanjorang, S., & Helvi, B. (N.D.). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Holat Afifah Rantauprapat Kabupaten Labuhanbatu. *17(2)*, 202.
- Haurissa, M. A., Jamlaay, M., & Parera, L. M. (2022). Desain Kontrol Airblast Berbasis Plc Sebagai Modul Pembelajaran Praktik Otomatisasi Industri. *Jurnal Simetrik*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Indrawan *et al.*, (2016). Pengaruh Penggunaan Pasta Labu Kuning (Cucurbita Moschata) Untuk Substitusi Tepung Terigu Dengan Penambahan Tepung Angkak Dalam Pembuatan Mie Kering, *15(1)*, 165–175.
- Indrawati, B., Wijayanti, M., Yuniati, T., Ekonomi, F., Bisnis, D., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2021). Analisis Kualitas Layanan Dan Kepercayaan. *Optimal : Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(2), 2021.
- Jalaludin, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Bina Sejahtera Bangun Persada Serang Banten. *Akademik: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 40–48.
- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, And Managing Brand Equity (Fifth Edition)*. Pearson Education.
- Komala, R., & Selvi, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 483–491.
- Kotler & Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13*. Erlangga.

- Luthfi, N. F. (2019). Pengaruh *E-Design Web* Dan *E-Word Of Mouth* Terhadap *E-Repurchase* Dengan *E-Trust* Sebagai Variabel Intervening Pada Website Lazada.Co.Id. *Analisis Pendapat dan Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Petani*, 53(9), 1689–1699.
- Maghfiroh, K. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan *Word Of Mouth* Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Implikasinya Pada Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 2(2), 34–44.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado.
- Mowen, J.C., & Minor, M.. (2018). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Erlangga.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. *Agora*, 7(2), 1–5.
- Nugraha, Dian Praba Setiadhi, Nur Hidayah AL Amin, & S. Y. M. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Membeli Kembali Pada Tiket Pesawat. *Diss. IAIN Surakarta*.
- Nugroho, M. D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Angkringan Classic Tepi Kota. *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*.
- Oktavianus, L. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Kualitas Pelayanan Dan Customer Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Springbed Procella Di Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 388–396.
- Pandjaitan, D., & Ahmad, A. (2019). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung*.
- Pappers, D. An M. R. (2019). *Managing Customer Relationships: A Strategic Framework, New Jersey*.
- Pitoti, C. D., Tampi, J. R. E., Puniindoong, A. Y., Ilmu, J., Program, A., & Bisnis, S. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Best Western The Lagoon Manado. *Productivity*, 2(1), 1–5.
- Priansa, D. (2018). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Purwita Sari, M., Aulia Rachman, L., Ronaldi, D., & F Sanjaya, V. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Y.O.U. *Entrepreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 1(2), 122–129.
- Putra, B. S. (2020). Kualitas Pelayanan Pencatatan Nikah Di Kantor Urusan Agama Kecamatan Padakembang Kabupaten Tasikmalaya Tahun 2019.
- Rizkiana, C., Setyawan, Y., & Souisa, J. (2023). Analisis Pengaruh Kepercayaan , Kualitas Pelayanan , Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan ( Studi Pada Bengkel Mobil Sinar Audio Semarang ). 2(2).
- Shokouhyar, S. (2020). *Research On The Influence Of After-Sales Service Quality Factors On Customer Satisfaction. Journal Of Retailing And Consumer Services* 56.
- Silvia, V. (2020). *Statistika Deskriptif*. Andi.
- Situmeang, P. A., Nainggolan, B. M. ., & Kristiadi, A. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Sushimas. *Jurnal Eduturisma*, 5(1), 32–55.
- Sudiyono. (2018). *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*. Universitas PGRI. Kanjuruhan Malang: Malang.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, R., Aziz, M. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myria Publisher.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Andi.

