

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN EXTRA QILO
LAUNDRY KILOAN DI KOTA KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Nelli Riama Manullang

180910189

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FALKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN EXTRA QILO
LAUNDRY KILOAN DI KOTA KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**



Oleh:

Nelli Riama Manullang

180910189

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nelli Riama Maullang
NPM : 180910189
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi: Manajemen

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN EXTRA QILO LAUNDRY KILOAN DI KOTA BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain, sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur- unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini di gugurkan dan gelas yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang –undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 08 Agustus 2022



Nelli Riama Maullang
180910189

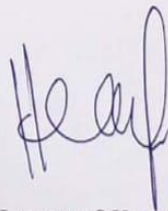
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN EXTRA QILO
LAUNDRY KILOAN DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**

**Oleh:
Nelli Riama Manullang
180910189**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini
Batam, 08 Agustus 2022**



**Heryenzus, S. Kom., M. Si
Pembimbing Skripsi**



ABSTRAK

Bisnis Laundry adalah salah satu organisasi yang bergerak di bidang jasa dan saat ini tersebar luas secara lokal, pelayanan yang diberikan ialah mencuci, menyetrika, dan *dry cleaning*. Kepuasan pelanggan adalah tingkat pelayanan atau kualitas produk. Faktor kepuasan pelanggan yaitu, ada perbedaan harga dan kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Extra Qilo Laundry Kiloan di Kota Batam. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, populasi berasal dari pelanggan Extra Qilo Laundry Kiloan Di Kota Batam. Adapun pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*, sampel yang diambil peneliti adalah 100 responden. Dalam pengumpulan informasi peneliti menyebarkan kuesioner dengan mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden. Teknik analisis dilakukan dengan metode analisis regresi berganda, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi, Uji t dan Uji f dengan pengolahan data menggunakan SPSS versi 25. Analisis hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung $9,194 > t$ tabel $1,984$. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan F hitung $109,834$ lebih besar F tabel $3,09$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Laundry business is one of the organizations engaged in the service sector and is currently widespread locally, the services provided are washing, ironing, and dry cleaning. Customer satisfaction is the level of service or product quality. The customer satisfaction factor is, there is a difference in price and service quality. This study aims to determine how the influence of service quality and price on customer satisfaction Extra Qilo Laundry Kiloan in Batam City. This study uses quantitative descriptive analysis, the population comes from customers of Extra Qilo Laundry Kiloan in Batam City. The sampling method used accidental sampling, the sample taken by the researcher was 100 respondents. In collecting information, researchers distributed questionnaires by asking questions or statements to respondents. The analysis technique is carried out using multiple regression analysis methods, classical assumption test, coefficient of determination, t test and f test with data processing using SPSS version 25. Analysis of the results of this research can be concluded that service quality has a partial and significant effect on customer satisfaction with a value of t count 9.194 > t table 1.984. Service quality and price simultaneously have a significant effect on customer satisfaction with F count 109.834 greater than F table 3.09 and a significance value of 0.000 < 0.05.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan Karunia-Nya sehingga,penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu syarat program studi sastra satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan-kekurangan yang di sebabkan oleh keterbatasan dan kemampuan penulis.Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan yang positif yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.Dengan keterbatasan penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takakan terwujud tanpa bantuan,bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak.Untuk itu dengan segala kerendahan hati,penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr.Nur Elfi Husda,S.Kom.,M.SI.selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr.Michael Jibrael Rorong S.T.,M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
3. Ibu Mauli Siagian,S.Kom.,M.SI. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak Heryenzus,S.Kom.,M.SI. selaku Dosen Pembimbing Skripsi Akademik
5. Seluruh Dosen,Staf dan Karyawan Universitas Putera Batam;
6. Kepada Almarhum orang tua saya, kaka Hetty Manullang, adik saya Lamsar Fery Manullang,Lesman Hendry Manullang yang saya sayangi berkat doa,kudungan dan motivasi sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini;
7. Bapak Goklas situmorang,S.E. dan beserta istri Ibu Lestrina selaku pemilik dan menjalankan bisnis Extra Qilo Laundry Kiloan yang memberikan Izin kepada saya melakukan penelitian pada usaha mereka;
8. Kepada teman-teman seangkatan yang saling memberikan pendapat,dukungan dan membantu sampai terselesainya skripsi ini;

Semoga Tuhan Yang Maha Esa yang memberkati dan membalaskan kebaikan semua pihak yang ikut berpartisipasi dan memberikan dorongan dalam penyusunan skripsi ini.Akhir kata,semoga skripsi ini dapat bermamfaat bagi penulis dan khususnya bagi pembaca umumnya.

Batam, 17 juli 2022

Nelli Riama manullang
18091018



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR RUMUS.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Rumusan Masalah	4
1.5. Tujuan Penelitian	5
1.6. Manfaat Penelitian	5
1.6.1. Manfaat teoritis	5
1.6.2. Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Kajian Teori	7
2.1.1. Kepuasan Pelanggan	7
2.1.2. Kualitas Pelayanan	9
2.1.3. Harga	12
2.2. Penelitian Terdahulu	15
2.3. Kerangka Pemikiran.....	17
2.4. Hipotesis.....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1. Jenis Penelitian.....	19

3.2. Sifat Penelitian	19
3.3. Lokasi dan Periode Penelitian	19
3.3.1. Lokasi Penelitian	19
3.3.2. Periode Penelitian.....	19
3.4. Populasi dan Sampel	20
3.4.1. Populasi	20
3.4.2. Sampel.....	20
3.4.3. Teknik Sampling	22
3.5. Sumber Data.....	23
3.6. Metode Pengumpulan Data	23
3.6.1. Teknik Pengumpulan Data	23
3.6.2. Alat Pengumpulan Data	23
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	24
3.7.1. Variabel Bebas (Independen).....	25
3.7.2. Variabel Dependen.....	25
3.8. Metode Analisis Data	28
3.8.1. Analisis Deskriptif	28
3.8.2. Uji Kualitas Data.....	29
3.8.3. Uji Pengaruh.....	32
3.9. Uji Hipotesis	33
3.9.1. Uji t	33
3.9.2 Uji Simultal (F)	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1. Gambar Umum Objek Penelitian	36
4.1.1. Sejarah Singkat Extra Qilo Laundry Kiloan	36
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	37
4.2.1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.2.2. Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	38
4.2.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan.....	39
4.2.4. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
4.2.5. Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan /Bulan	41
4.3. Deskriptif Jawaban Responden	42
4.3.1. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	43
4.3.2. Deskripsi Variabel Harga.....	45

4.3.3. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	47
4.4. Analisis Data	48
4.4.1. Uji Validitas	48
4.4.2. Uji Realibilitas	49
4.4.3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	50
4.4.4 Uji Pengaruh.....	54
4.5 Pengujian Hipotesis.....	56
4.5.1. Hasil Uji T.....	56
4.5.2. Hasil Uji F.....	57
4.6. Pembahasan.....	58
4.6.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	58
4.6.2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	58
4.6.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	59
4.7. Implikasi Hasil Penelitian	59
4.7.1. Implikasi Teoritis	59
4.7.2. Implikasi Praktis.....	59
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	60
5.1. Simpulan	60
5.2 Saran.....	61
5.2.1. Bagi perusahaan	61
5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	66
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	66
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup.....	96

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka pemikiran	17
Gambar 4. 1 Diagram Jenis Kelamin	37
Gambar 4. 2 Diagram Usia.....	38
Gambar 4. 3 Diagram Pendidikan Terakhir	40
Gambar 4. 4 Diagram Pekerjaan	41
Gambar 4. 5 Diagram Pendapatan / Bulan.....	42
Gambar 4. 6 normal P-P Plot Histogram	51
Gambar 4. 7 Hasil Uji Normalitas Pada Normal P-P Plot Of Regression	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pelanggan Tahun 2021	2
Tabel 1. 2 Daftar Harga Jasa	3
Tabel 3. 1 Periode Penelitian	20
Tabel 3. 2 Skala Likert	24
Tabel 3. 3 Variabel Operasional.....	25
Tabel 4. 1 Identitas Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4. 2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	39
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4. 5 Berdasarkan Pendapatan /Bulan.....	41
Tabel 4. 6 Kriteria Analisis Deskriptif.....	43
Tabel 4. 7 Persentase Variabel Kualitas Pelayanan	44
Tabel 4. 8 Persentase Indikator Harga	45
Tabel 4. 9 Variabel Kepuasan Pelanggan	47
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas Dengan One –Sampel Kolmogov Test	52
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R).....	56
Tabel 4. 17 Hasil Uji T.....	57
Tabel 4. 18 Hasil Uji F.....	58

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Cochran.....	21
Rumus 3. 2 <i>Pearson product momen</i>	29
Rumus 3. 3 <i>Cronbach Alpha</i>	30
Rumus 3. 4 Analisi Regresi Linear Berganda.....	32
Rumus 3. 5 Uji t.....	34
Rumus 3. 6 Uji F.....	34



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di zaman era globalisasi berkembang sangat pesat, perkembangan bisnis yang meningkat dan persaingan yang semakin ketat membuat para pengusaha menentukan strategi untuk melancar dan mempertahankan usahanya. Bisnis Laundry adalah salah satu organisasi yang bergerak di bidang jasa dan saat ini tersebar luas secara lokal, pelayanan yang diberikan ialah mencuci, menyetrika, dan *dry cleaning*.

Dalam usaha laundry berkembang suatu pemikiran pengusaha melihat Batam adalah kota industri dan sebagian besar tenaga kerja disibukkan hingga pulang larut malam dan tidak memiliki banyak waktu untuk mengerjakan pekerjaan dirumah, khususnya dalam mencuci pakaian mereka, ini menjadi kebutuhan bagi jasa laundry di Kota Batam secara bertahap. Untuk mengatasi kebutuhan jasa laundry, maka menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan Extra Qilo Laundry Kiloan. Pada tahun 2018 Bapak Goklas Situmorang menjalankan usaha jasa ini dan menjadi pemilik dari salah satu cabang Extra Qilo Laundry Kiloan di Kota Batam. Extra Qilo Laundry Kiloan menyediakan jasa mencuci dan setrika pakaian, boneka, selimut, karpet, dan lain-lain.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat pelayanan atau kualitas produk. Kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan pembeli dari kinerja suatu perusahaan yang memenuhi harapan mereka (Rahayu, 2019). Extra Qilo Laundry

Kiloan membuat strategi dalam bisnisnya yaitu dengan memaksimalkan mencari pelanggan. Namun tidak sesuai yang diharapkan, banyak pelanggannya mengeluh karena pelayanan di berikan tidak baik terbukti pada tahun 2021 terdapat 3 kasus pakaian pelanggan tercampur dengan pakaian pelanggan lain, 4 kasus kerusakan atau luntur pakaian pelanggan, 3 kasus kehilangan pakaian pelanggan, 3 kasus pakaian lembab dan bau, dan tidak tepat waktu dalam penyucian pakaian pelanggan. Hal ini dapat mengurangi minat pelanggan untuk menggunakan layanan Extra Qilo Laundry Kiloan dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

Tabel 1. 1 Jumlah Pelanggan Tahun 2021

Bulan	Jumlah Pelanggan
Januari	193
Februari	173
Maret	209
April	210
Mei	189
Juni	181
July	179
Agustus	163
September	160
Oktober	163
November	155
Desember	151

Sumber: Data diolah pada tahun 2021

Seperti yang ditunjukkan pada tabel 1.1 diatas, pada tahun 2021 jumlah pelanggan Extra Qiloan Laundry Kiloan tidak stabil, terjadinya penurunan jumlah pelanggan dikarenakan banyaknya keluhan pelanggan. Dari data diatas dapat kita simpulkan kurangnya kualitas pelayanan akan menyebabkan larinya pelanggan dan kerugian bagi perusahaan.

Kualitas pelayanan yang baik adalah terjalinnya hubungan baik antara penjual dan pembeli. Ini adalah bagian penting yang harus dikerjakan semua pelaku usaha jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggannya.

Faktor lain yang dihadapi Extra Qilo Laundry Kiloan yaitu, ada perbedaan harga. Menurut Sciences, (2020) harga sebagai sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Harga juga mempengaruhi kepuasan pelanggan dimana bila mendapat harga yang lebih murah dan kualitas barangnya atau jasa baik, maka pelanggan merasa puas karena keinginannya terpenuhi.

Berikut perbandingan daftar harga Extra Qilo Laundry Kiloan dengan Hani Laundry Kiloan.

Tabel 1. 2 Daftar Harga Jasa

Jenis Laundry	Harga /kg Jasa Extra Qilo Laundry Kiloan	Harga /kg Jasa Hani Laundry Kiloan
Cuci+setrika Reguler	Rp. 7.000	Rp. 6.000
Cuci+setrika one day	Rp. 14.000	Rp. 12.000
Cuci+setrika Express	Rp. 16.000	Rp. 14.000

Sumber : Extra Qilo Laundry Kiloan dan Hani Laundry Kiloan

Tabel 1.1 menunjukkan harga layanan ditawarkan Extra Qilo Laundry Kiloan lebih tinggi dibandingkan dengan harga jasa Hani Laundry Kiloan yang akan mempengaruhi minat pelanggan untuk memilih laundry yang lebih murah dari Extra Qilo Laundry Kiloan. Dengan mempertimbangkan masalah di atas, penulis tertarik untuk menulis judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN EXTRA QILO LAUNDRY KILOAN DI KOTA BATAM**

1.2. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang untuk masalah diatas dasar keterbatasan waktu penulis dapat menguraikan perumusan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Pelayanan yang tidak baik terhadap pelanggan.
2. Adanya perbandingan harga yang lebih tinggi dengan jasa lain.
3. Pakaian sering lembab dan bau pada saat pakaian di terima oleh pelanggan.
4. Hilang dan tercampurnya pakaian pelanggan.
5. Tidak tepatnya waktu dalam penyucian pakaiaan sehingga pelanngan kecewa.

1.3. Batasan Masalah

Batasan penelitian ini adalah peneliti memfokuskan faktor masalah sebagai berikut. Variabel penelitian kualitas pelayanan(X1) dan harga(X2) kepuasan pelanggan(Y) di Extra Qilo Laundry Kiloan.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan kajian masalah diatas penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Extra Qilo Laundry Kiloan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Extra Qilo Laundry Kiloan?
3. Apakah kualitas pelayanan,dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Extra Qilo Laundry Kiloan?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang diatas maka penulis bertujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh kuliatas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Extra Qilo Laundry Kiloan Di Kota Batam.
2. Mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Extra Qilo Laundry Kiloan Di Kota Batam.
3. Mengetahui mengetahui kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Extra Qilo Laundry Kiloan Di Kota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat teoritis

Adapun manfaat teoritis penelitian ini adalah sebagai berikut :

Hasil penelitian dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dan memperluas pengetahuan tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan untuk kemajuan perusahaan khususnya perusahaan jasa.

1.6.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis

Dari hasil penelitian penulis dapat memahami lebih dalam tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada extra qilo laundry kiloan.

2. Bagi perusahaan jasa

Dari hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dan melakukan perbaikan serta pengembangan dalam pelayanan untuk kemajuan pada perusahaan.

3. Bagi peneliti lainnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi terbaru dalam pengembangan teori pengaruh kualitas pelayan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada objek selanjutnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teori

2.1.1. Kepuasan Pelanggan

2.1.1.1. Pengertian Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan ialah nilai baik dan buruknya pelayanan yang dirasakan pelanggan setelah membandingkan layanan dan produk yang diterima sesuai dengan harapan. Kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Samsudin, 2020). Bila kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan sangat puas, sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

Kepuasan Pelanggan merupakan faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis (Rosmani Sinaga, S.E., 2019). Kepuasan pelanggan adalah penilaian pasca-pembelian di mana pilihan yang dipilih adalah dasarnya setara atau melampaui yang di harapkan pelanggan, sementara ketidakpuasan dapat dirasakan ketika hasilnya tidak sesuai dengan apa yang diharapkan (Agro & Adlani, 2020). Kepuasan pelanggan memiliki dampak yang signifikan terhadap persepsi dan harapan pelanggan. Faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan saat membeli barang dan jasa adalah kebutuhan dan keinginan pelanggan saat membeli barang dan jasa. Dari pengalaman teman-teman yang pernah mengkonsumsi barang, jasa dan promosi.

2.1.1.2. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Ketika menilai kepuasan pelanggan dengan produk dan layanan perusahaan tertentu, pelanggan umumnya mengacu pada beberapa faktor. Ada lima faktor utama yang harus digunakan perusahaan dalam menentukan kepuasan pelanggan menurut (Gofur, 2019).

1. Kualitas Barang/produk

pelanggan akan merasa terpuaskan ketika barang yang mereka gunakan sangat baik. Untuk situasi ini item yang layak akan menawarkan manfaat tambahan dalam kepribadian pelanggan.

2. Biaya

Barang-barang yang memiliki kualitas serupa namun menetapkan biaya yang umumnya rendah akan menawarkan manfaat yang lebih tinggi kepada pelanggan mereka.

3. Kualitas pelayanan

Pelanggan akan merasa terpenuhi jika mereka mendapatkan bantuan besar atau benar untuk membentuk. Klien yang terpenuhi menunjukkan kemungkinan untuk membeli barang sama persis. Klien yang terpenuhi biasanya memberikan kesan pada perusahaan.

4. Faktor emosional

Pelanggan senang dan menerima bahwa orang lain akan tertatik ketika mereka menggunakan produk bermerek perusahaan yang sudah memiliki gambaran yang baik dan biasanya akan meminta pemenuhan yang lebih banyak.

5. Kemudahan

Pelanggan akan merasa puas jika produk yang digunakan mudah digunakan, ini meningkatkan kualitas pada produk.

2.1.1.3. Indikator Kepuasan Pelanggan

Adapun faktor untuk memperkirakan kepuasan pelanggan, menurut Tjiptono (2019) dalam (Indrasari, 2019) adalah sebagai berikut :

1. Kesesuaian harapan

Kesesuaian tidak diperkirakan secara langsung tetapi dapat diketahui kesesuaian atau kesalahan antara keinginan pelanggan sesuai kinerja pada perusahaan yang sebenarnya.

2. Minat berkunjung

Kepuasan pelanggan diperkirakan dengan mencari tahu apakah pelanggan memiliki keinginan membeli kembali pada jasa yang diberikan perusahaan.

3. Minat berkunjung kembali

Kepuasan pelanggan diperkirakan dengan mengetahui apakah pelanggan akan merekomendasikan barang atau pemberian kepada orang lain seperti keluarga, sahabat, dan lain-lain.

2.1.2. Kualitas Pelayanan

2.1.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dianggap baik apabila dukungan yang diberikan dianggap sesuai dengan harapan umum pembeli, sedangkan mengingat melebihi harapan pelanggan, maka dapat dikatakan dukungan tersebut sangat memuaskan.

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan keunggulan dan karakteristik suatu barang atau jasa yang membantu kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan secara langsung atau tidak langsung. Kualitas pelayanan adalah keseluruhan keunggulan dan karakteristik suatu barang atau jasa yang membantu kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan secara langsung atau tidak langsung. (Samsudin, 2020).

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan membandingkan persepsi antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterima dan dirasakan oleh konsumen (Rahmadani, 2019). Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima (Tarigan, Algista, Reina, 2018). Kualitas pelayanan menyatakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung ataupun tidak langsung Kotler dan Amstrong,(2012) dalam (Indrasari, 2019).

2.1.2.2. Tujuan dan Manfaat Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan yang diberikan pelaku usaha tidak diragukan lagi memiliki tujuan. Secara garis besar, adanya tujuan kualitas pelayanan tersebut untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan dan kepuasan itu sendiri akan berdampak besar untuk kemajuan usaha, jika kualitas yang di berikan baik, maka perusahaan memperoleh keuntungan. Sebab itu pelayanan yang harus di terapkan oleh perusahaan memiliki guna dan sesuai harapan bagi pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam (W. Chrisharley, 2020) terdapat lima manfaat kualitas layanan, yaitu :

1. Mengidentifikasi dengan benar kebutuhan dan persyaratan pelanggan.
2. Menyampaikan harapan pelanggan kepada perancang produk.
3. Memastikan pesanan pelanggan dipenuhi dengan benar dan tepat waktu.
4. Tetap berhubungan dengan pelanggan setelah penjualan untuk memastikan bahwa mereka puas.

Kualitas pelayanan yang dapat dilakukan ialah selalu bersikap ramah, santun dan profesional. Semua pekerja harus berkerjasama, konsisten agar bisa menjaga profesionalitas. Sebagai pemilik usaha harus tetap menjaga kualitas pelayanan meskipun tidak semua pelanggan bisa belanja dengan sikap baik. Dengan adanya pelayanan yang baik maka perusahaan memiliki nilai yang lebih.

2.1.2.3. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut (Cahyono et al., 2020) mendefinisikan terdapat lima indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Keandalan (*Reliability*)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk menawarkan pelayanan yang pasti, kuat, akurat, dan dapat diandalkan.

2. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Yaitu kemampuan untuk menawarkan jenis layanan kepada pelanggan dengan cepat dan mengambil tindakan untuk menanggulangi keluhan para pelanggan.

3. Garansi (*Assurance*)

Yaitu jaminan yang dapat di nilai dari sikap, yang dapat dipercaya dari karyawan.

4. Empati (*Empathy*)

Yaitu rasa simpatik yang diberikan secara pribadi yang diterapkan kepada pembeli dengan berusaha memahami kebutuhan pelanggan.

5. Berwujud (*Tangibles*)

Yaitu keberadaan fasilitas tempat kerja, contohnya peralatan berfungsi dengan baik yang dapat digunakan untuk memberikan layanan kepada pembeli.

2.1.3. Harga

2.1.3.1. Pengertian harga

Harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk karena berbagai alasan (Wahyudi & Wahyuni, 2021). Price (Harga) yaitu sejumlah uang yang ditagihkan, atas suatu produk atau jasa atau jumlah dan nilai yang ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa (Kurniawan et al., 2021).

Ketika harga yang ditetapkan oleh perusahaan sesuai dengan kualitas produk dan manfaat yang dirasakan konsumen, maka pelanggan akan merasa puas, dan sebaliknya. Apabila harga tidak sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan, maka pelanggan merasa kecewa. Harga merupakan keseluruhan penilaian yang ditukarkan pembeli untuk memperoleh berapa nilai utilitas dengan mengonsumsi produk /jasa (Sugiarsih Duki Saputri, 2019).

2.1.3.2. Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Menurut (Salengo, 2020) penetapan harganya terpengaruhi antara lain sebagai berikut:

1. Permintaan produk

Produk/manfaat yang akan dibeli pada tingkat biaya dan diselesaikan pada jangkauan tertentu.

2. Target pangsa pasar

Kumpulan pembeli yang ditunjuk oleh perusahaan yang membelanjakan barang yang dijualnya. Pasar objektif adalah pertemuan yang diisi sebagai pembeli

3. Reaksi pasar

Masukan atau kritik datang dari informasi yang didapat dan bisa mengubah pasar, khususnya pasar modal.

4. Penetrasi rantai saingan

Metode untuk meningkatkan daya saing produk atau layanan yang ada di pasaran dengan memperluas upaya promosi.

5. Saluran distribusi

Saluran yang digunakan perusahaan dalam memasarkan produknya.

6. Biaya produksi

Biaya penanganan bahan mentah untuk menghasilkan sebuah produk yang siap di pasarkan.

2.1.3.3. Indikator Harga

Harga mungkin merupakan komponen yang paling menarik bagi pelanggan dalam pembelian produk dan jasa. Harga juga merupakan satuan moneter atau nilai yang ditukarkan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa (Indrasari 2019). ada enam indikator yang mencirikan harga yaitu:

1. Harga yang terjangkau.

Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan dan target yang sudah di rancang pasa segmen yang sudah di tentukan para pelaku bisnis.

2. Harga yang sesuai dengan kualitas produk.

Penilaian pelanggan terhadap Finansial yang telah di keluarkan setara dengan kualitas produk.Harga yang di tawarkan kepada pelanggan sesuai denga kualitas yang ditawarkan.

3. Daya saing harga

Harga yang di tawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata dari pada pesaing lainnya.

4. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.

Ketika harga tidak sesuai dengan kualitas dan tidak mendapat manfaat setelah menggunakan produk atau jasa,konsumen akan cenderung mengambil tindakan negatif yaitu konsumen tidak akan memilih atau tidak membelikan produk dan jasa tersebut,sebaliknya jika harga

sesuai, maka konsumen mengambil tindakan positif dan akan melakukan pembelian pada produk atau jasa.

5. Kesesuaian harga dan manfaat

Konsumen merasa puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah menggunakan produk atau jasa apa yang ditawarkan sesuai dengan harga yang mereka keluarkan.

6. Harga mempengaruhi daya beli konsumen.

Harga yang ditetapkan mempengaruhi daya beli konsumen.

2.2. Penelitian Terdahulu

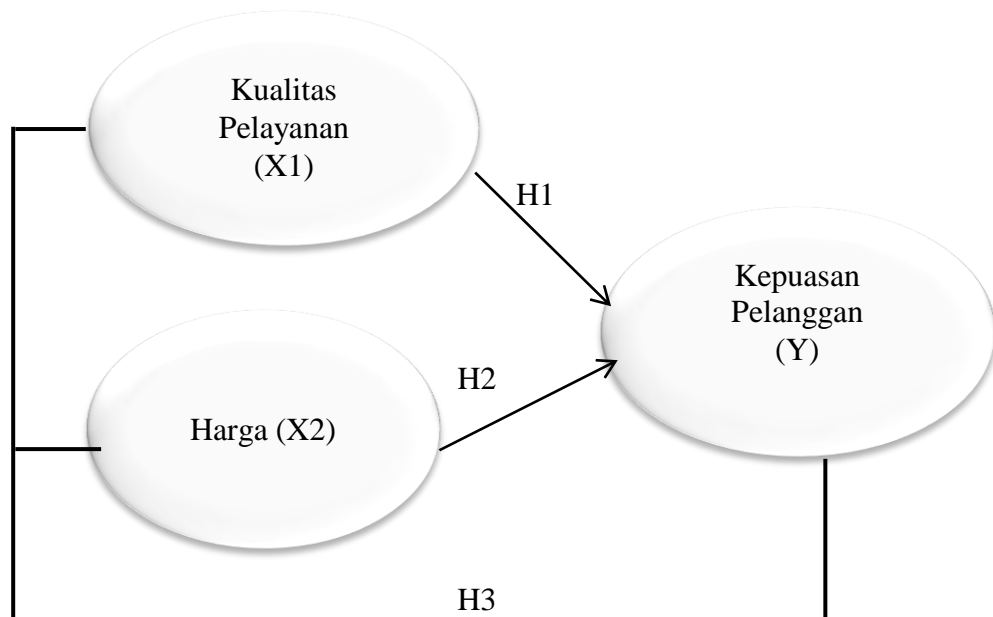
Tabel 2. 1 Peneliti terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelti	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Alvin Mariansyah & Amirudin Syarif (2020) <i>Google Scholar</i>	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu	Variabel: Kualitas produk(X1), Kualitas Pelayanan(X2), Harga(X3), Kepuasan Komsumen(Y) Metodolgi yang dipilih adalah Kuantitatif	Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2	Risiko Ramadan, Rasipan, Joni Heruwanto (2019) Sinta 4	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pizza Hut Delivery Cabang Cileungs	Variabel: Kualitapelayanan (X1), (Harga(X2), Kepuasan pelanggan(Y) Metodolgi yang dipilih adalah Kuantitatif	Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dengan arah positif sebesar $b_1 = 0,122$ pada model persamaan regresi linier ganda.
3	Sunu Wicaksono & Linda Kusuma (2021) Sinta 4	Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan OTO <i>Car Wash</i>	Variabel: Kualitas pelayanan (X1), Harga (X2), Kepuasan Pelanggan(Y) Metodologi yang digunakan adalah kuantitatif, teknik <i>purposive sampling</i> .	Kualitas Pelayanan Dan Harga Secara Bersamaan Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Mencuci Mobil Di Oto <i>Car Was</i> .
4	Dedy Wahyudi, Ester Dwi Wahyuni & Apriyanto (2021) Sinta 5	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Jasa Transportasi Go-Jek	Variabel: Kualitas pelayanan (X1), Harga (X2), Kepuasan Konsumen(Y) Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif	Kualitas pelayanan dan harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan Go-Jek di Stasiun Depok Baru.

5	<p>Wiwik Mulyanti, Candra Aeni (2020)</p> <p><i>Google Scholar</i></p>	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Jne Cabang Tuban)</p>	<p>Variabel: Kualitas pelayanan (X1), Harga (X2), Kepuasan Pelanggan(Y) Metode Penelitian Kuantitatif,accidental sampling.</p>	<p>Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).</p>
6	<p>Deni Kurniawan, Mahdi Adriansyah & Irfan Sudarso Gultom (2021)</p> <p><i>Google Scholar</i></p>	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Barbershop Mr. Head Slipi II Jakarta</p>	<p>Variabel: Kualitas pelayanan (X1), Harga (X2), Kepuasan Pelanggan (Y) Metodologi yang digunakan Kuantitatif, menggunakan metode angket atau kuesioner.</p>	<p>Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Mr. Head Barbershop</p>
7	<p>Suharyanto, R. Lisye Herlina, Jeintot Tugiono (2021)</p>	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Rf Bandung</p>	<p>Variabel : Kualitas pelayanan (X1), Harga (X2), Kepuasan Pelanggan(Y) Metodologi yang digunakan kuantitatif, Regresi linier ganda</p>	<p>Hubungan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan apotek RF Bandung, hasilnya kualitas pelayanan memberi pengaruh cukup signifikan terhadap kepuasan pelanggan apotek RF Bandung</p>

2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) sebagai variabel bebas dan Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai variabel terikat. Berikut ini adalah gambaran kerangka berfikir dalam penelitian ini.



Gambar 2. 1 Kerangka pemikiran

2.3. Hipotesis

Hipotesis merupakan sebuah kemungkinan jawaban dari permasalahan yang diajukan. Teori yang di temukan berdasarkan kerangka pemikir ialah :

- H1 : Diduga Kualitas pelanggan berpengaruh pada kepuasan pelanggan pada Extra Qilo Laundry Kiloan.
- H2 : Diduga Harga berpengaruh pada kepuasan pelanggan pada Extra Qilo Laundry Kiloan.
- H3 : Diduga Kualitas pelanggan dan harga bersama- samaberpengaruh pada kepuasan pelanggan pada Extra Qilo Laundry Kiloan.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk menjawab pertanyaan dengan menggunakan rancangan yang terstruktur, sesuai dengan sistematika penelitian ilmiah (Danar Pramita et al., 2021). Dalam penelitian jumlah ini populasi penelitian adalah seluruh pelanggan Extra Qilo Kiloan Di Kota Batam.

3.2. Sifat Penelitian

Penelitian ini hasil replikasi dari penelitian sebelumnya dengan variabel, indikator serta alat dengan analisis yang serupa dengan peneliti lainnya.

3.3. Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Peneliti akan melakukan penelitian di Extra Qilo Laundry Kiloan yang beralamat di Ruko Daya Center Blok C No 1 Putri Hijau Sagulung Batam Kepulauan Riau.

3.3.2. Periode Penelitian

Jadwal waktu penelitian akan digunakan sebaik mungkin untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari bulan maret sampai bulan juli 2022.

Berikut ini adalah program penelitian yang dibuat oleh penulis.

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

Kegiatan	Waktu Penelitian																							
	Tahun 2022																							
	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul																								
Penyusunan Penelitian																								
Penyebaran kuesioner																								
Mengelolah Data																								
Bimbingan Skripsi																								
Penyelesaian Skripsi																								

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Febri et al., 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Extra Qilo Laundry Kiloan.

3.4.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, 2020). Jika populasinya besar dan peneliti tidak dapat mempelajari seluruh populasi karena dana, tenaga, keterbatasan waktu, dan lain-lain, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang kita pelajari dari sampel adalah bahwa kesimpulan dapat diterapkan pada populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili).

Untuk menentukan jumlah populasi yang tidak diketahui, maka dalam penentuan sampel digunakan rumus Cochran sebagai berikut Suliyanto, (2018) dalam (Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, 2020) Sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \frac{a^2}{2} p \cdot q}{e^2}$$

Rumus 3. 1 Cochran

Keterangan:

n = banyaknya sampel yang perlukan

z = harga dalam kurve normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

P = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = tingkat kesalahan (error) biasanya 5%

Berdasarkan rumus diatas maka dapat di hitung sampel dari populasi yang tak terhingga :

Keterangan :

a = tingkat kesalahan 5%

e = presensi (10%)

$q = 1-p$

$p = 0,5$

$q = 1-0,5$

$$n = \frac{z^2 \frac{a^2}{2} p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan :

a = tingkat kesalahan 5%

e = presensi (10%)

$q = 1-p$

$p = 0,5$

$q = 1-0,5$

$$n = \frac{z \frac{(0,05)^2}{2} (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{(0,1)^2}$$

$n = 96,04$

Diketahui dengan hasil rumus diatas sampel yang diperoleh yaitu 96,04 dan penelitian ini menggunakan sampel 100 responden.

3.4.3. Teknik Sampling

Penelitian ini sampel yang akan diambil dengan menggunakan jenis *non probability Sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Ahyar et al., 2020). Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*, *Teknik accidental random sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara kebetulan dimana semua anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dijadikan anggota sampel. Peneliti menyebarkan angket/kuesioner kepada setiap pelanggan Extra Qilo Laundry Kiloan. *Accidental sampling* yaitu suatu metode penentuan sampel dengan mengambil responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian.

3.5. Sumber Data

Sumber data ialah dari mana asal informasi data didapat. Sumber data dapat dibagi menjadi dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Data Primer

Data yang diperoleh melalui kegiatan wawancara atau mengisi kuesioner yang artinya sumber data ini langsung memberikan data kepada peneliti.

Data primer yang didapatkan peneliti melalui wawancara pada owner Extra Qilo Laundry Kiloan.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Data Sekunder yang didapatkan peneliti adalah jumlah pelanggan dan Daftar Harga Extra Qilo Laundry Kiloan pada tahun 2021.

3.6. Metode Pengumpulan Data

3.6.1. Teknik Pengumpulan Data

Strategi yang digunakan penelitian ini menggunakan koesioner yaitu pengumpulan informasi dengan memberikan responden pertanyaan dan pernyataan yang dengan indikator variabel. Metode dipakai agar mendapat informasi responden tentang kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Extra Qilo Laundry Kiloan Di Kota Batam.

3.6.2. Alat Pengumpulan Data

Pengumpulan data menggunakan SPSS 25 yang dapat membantu peneliti

dalam proses pengerjaan pengelolaan data yang didapat dari narasumber yang diwawacarai. Skala likert, digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kuesioner yang dibagikan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala likert.(Sugiyono 2019:146)

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Daniar Pramita et al., 2021).

Variabel dalam penelitian ini terdapat dari tiga variabel yaitu dua variabel bebas 1 variabel terikat. Variabel bebas disini ialah kualitas pelayanan dan harga, variabel terkait yaitu kepuasan pelanggan. Operasional variabel dibutuhkan untuk menentukan jenis indikator dan skala dari variabel-variabel yang terkait pada penelitian ini sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar.

3.7.1. Variabel Bebas (Independen)

variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Pengaruh yang diberikan variabel independen bersifat negatif maupun positif. Dalam penelitian ini variabel independennya yaitu:

1. Kualitas pelayanan (X1)

Indikator yang digunakan adalah keandalan, empati, berwujud, ketanggapan dan jaminan.

2. Harga (X2)

Indikator yang digunakan adalah harga yang terjangkau, harga yang sesuai dengan kualitas produk, daya saing harga, harga dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan, kesesuaian harga dan manfaat produksi, harga yang mempengaruhi daya beli konsumen.

3.7.2. Variabel Dependen

Dependent Variabel sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel terikatnya yaitu : Kepuasan pelanggan (Y)

Indikator yang digunakan adalah kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan.

3.3 Variabel Operasional

Tabel 3. 3 Variabel Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung (Samsudin, 2020).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan 2. Ketanggapan 3. Jaminan 4. Empati 5. Berwujud 	Likert
2	Harga (X2)	Harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk karena berbagai alasan (Wahyudi & Wahyuni, 2021).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang terjangkau 2. Harga yang sesuai dengan kualitas produk. 3. Daya saing harga 4. Harga dapat mempengaruhi konsumen dan mengambil keputusan 5. Kesesuaian harga dan manfaat 6. Harga yang mempengaruhi daya beli konsumen 	Likert
3.	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan 	Likert

3.8. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah analisis data yang merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul dan bertujuan melakukan pengukuran yang merupakan pusat pengukuran. Dalam penelitian ini menggunakan alat bantu untuk menguji data yang terkumpul dan dianalisis menggunakan aplikasi SPSS (Statistic Package for the Social Sciences) versi 25.

3.8.1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode pengumpulan data yang digunakan

untuk penyajian informasi. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang ditujukan untuk memberikan efek samping, kenyataan atau kejadian secara langsung disengaja dan tepat, sehubungan dengan kualitas populasi atau wilayah tertentu (Ahyar et al., 2020). Analisis ini bertujuan untuk mendeskripsikan demografi responden dan mengetahui jumlah responden yg akan dibagi sesuai kategori yang sudah ditentukan, yaitu demografi mencakup nama, usia, jenis kelamin, status pekerjaan, sesuai dengan ketentuan yang digunakan peneliti, data tersebut didapat dari dari responden.

3.8.2. Uji Kualitas Data

3.8.2.1. Uji Validitas Data

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam memperkirakan apa yang perlu diukur (A & Abdillah, 2019). Pengujian Validitas digunakan untuk menentukan benar atau tidak valid data kuesioner yang ditanyakan kepada responden. Validitas ini dapat digunakan untuk mengetahui layak tidaknya butir-butir pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Dalam penelitian ini pengujian validitas dilakukan menggunakan cara mengkorelasikan masing- masing skor item dengan skor total, dengan rumus korelasi *pearson product moment*.

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Rumus 3. 2 *Pearson product moment*

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi antara X dan Y

N = banyak subjek

X = skor butir soal dan item

Y = skor total seluruh soal

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Jika r hitung $>$ r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) dinyatakan tidak valid

3.8.2.2 Uji Reabilitas Data

Menurut Mardapi (2008) dalam A & Abdillah, (2019) menyatakan bahwa prinsip reliabilitas menunjukkan hasil pengukuran yang relatif sama bila dilakukan kembali pengukuran terhadap obyek yang sama. Teknik perhitungan reliabilitas dilakukan dengan koefisien alpha (α) dari (Gofur, 2019) hal ini sesuai dengan tujuan test yang bermaksud menguji konsistensi item-item dalam penelitian

Menghitung nilai reliabilitas digunakan rumus sebagai berikut :

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_{12}} \right] \quad \text{Rumus 3.3 Cronbach Alpha}$$

Keterangan :

r = reliabilitas instrument

k = jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian pada butiran

σ_{12} = varian total

Pengambilan keputusan

1. Jika nilai reliabilitas $\geq 0,6$, maka pertanyaan diterima
2. Jika nilai reliabelitas $\leq 0,6$ maka pertanyaan tidak diterima

3.8.2.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi dasar digunakan untuk mengetahui pola dan varian serta kelinearitasan dari suatu data, data berdistribusi normal atau tidak. Uji asumsi klasik terdiri dari , uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

3.8.2.4 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Mengidentifikasi apakah informasi tersebut biasanya diedarkan juga harus dimungkinkan dengan teknik yang lebih dapat diandalkan, khususnya dengan melihat Normal Probability Plot. dengan uji histogram tes Klomogrov, mirnov $Z < Z_{tabel}$; dapat juga memanfaatkan nilai Probability Sig (2 fail) $> \alpha$; sig $> 0,05$.

3.8.2.5 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi. Dalam eksplorasi ini, ada hubungan antara variabel independen (bebas). model regresi yang layak adalah model di mana tidak ada hubungan antar variabel dan bebas dari efek samping multikolinearitas. Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya gejala multikolinearitas yaitu adalah nilai VIF $< 10,00$ dan nilai Tolerance $> 0,10$.

3.8.2.6 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan menguji yang layak atau tidaknya masalah heteroskedastisitas. Metode yang paling efektif untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat menggunakan dengan cara berikut :

1. Dengan asumsi ada titik pola yang teratur , (bergelombang, lebar dan kemudian menyemping), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Dengan asumsi tidak ada pola yang jelas dan bintik-bintik menyebar di atas dan di bawah angka 0 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3. Uji Pengaruh

3.8.3.1 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda merupakan cara untuk mengetahui pengaruh dan hubungan secara bersama-sama antara lebih dari satu variabel independen dengan satu variabel dependen (A & Abdillah, 2019). Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan Extra Qilo Laundry Kiloan Di Kota Batam. Spesifikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Rumus 3. 4 Analisi Regresi Linear Berganda

Keterangan:

Y = Kepuasa pelanggan

b1	= Koefisien Kualitas Pelayanan
X1	= Kualitas Pelayanan
b2	= Koefisien Harga
X2	= Harga
E	= Error

3.8.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R Square efektif menentukan jumlah atau tingkat komitmen dampak X (faktor bebas) dalam model relaps yang sekaligus atau saling mempengaruhi Y (variabel terikat). Nilai r^2 menunjukkan seberapa besar dampak model regresi dapat memahami variabel terikat.

3.9. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan 2 tahap yaitu, uji parsial (uji-t) dan uji simultan (uji-F).

3.9.1. Uji t

Uji t berfungsi mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan & harga) dilakukan dalam variabel dependen (kepuasan pelanggan) apabila kriteria nilai sig > 0,05 maka hipotesis ditolak.

berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2} \quad \text{Rumus 3. 1 Uji T}$$

Sumber : (Gofur, 2019: 39)

Keterangan :

r = kolerasi xy

n = Banyaknya sampel

t = t Hitung

1. Bentuk pengujian

Ho : $r_s = 0$, Hal ini dimaksudkan tidak ada hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

$H_a : r_s = 0$, Hal ini dimaksudkan ada hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

2. Pengambilan Keputusan

Apa bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 di terima

Apa bila $t_{hitung} > t_{tabel}$: maka H_0 Ditolak

3.9.2 Uji Simultal (F)

Uji simultan menggunakan F-test bertujuan buat mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel independen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan signifikan $< 0,05$ ($\alpha = 5\%$), dapat diketahui variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Adapun rumus yang digunakan untuk menguji variabel secara simultan

sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Rumus 3. 6 Uji F

Sumber : (Gofur, 2019: 4

Keterangan:

r = koefisien korelasi berganda

n = jumlah total ukuran sampel

r² = koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

n = jumlah total ukuran sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F table

Kriteria pengujian yang digunakan:

1. Jika F hitung > F tabel maka H1 diterima.
2. Jika F hitung < F tabel maka H0 ditolak.

