

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT  
PRIMA BAHARI SEJAHTERA**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**Sherly Haryana**

**150910110**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2019**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT  
PRIMA BAHARI SEJAHTERA**

**SKRIPSI**

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



**Oleh :**

**Sherly Haryana**

**150910110**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2019**

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, dan/atau magister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain;
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing;
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 02 Februari 2019

Yang membuat pernyataan,

Sherly Haryana

150910110

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PADA PT PRIMA BAHARI SEJAHTERA**

**SKRIPSI**

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

**Oleh**

**Sherly Haryana**

**150910110**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 02 Februari 2019**

**Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si.**

**Pembimbing**

## **ABSTRAK**

Ekspedisi Laut adalah satu. dari perusahaan transportasi laut yang mengangkut kargo. PT Prima Bahari Sejahtera adalah salah satu perusahaan pelayaran. perusahaan jasa yang didirikan pada tahun 2007. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di PT Prima Bahari Sejahtera, kota Batam. Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel, yaitu harga (X1) dan kualitas layanan (X2) sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan (Y). Penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan ekspedisi PT Prima Bahari Sejahtera pada bulan Desember sebanyak 153 responden, sehingga jumlah sampel yang diperoleh adalah 111 responden menggunakan teknik non probability sampling dan menggunakan metode purposive sampling. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, analisis linier berganda, uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>), uji t, dan uji F. berdasarkan hasil analisis linear berganda, akuisisi harga, 7, 1% dari kepuasan pelanggan dan kualitas layanan sebesar 26, 5% pada kepuasan pelanggan. Berdasarkan uji t dan uji F, disimpulkan bahwa harga tidak signifikan, kualitas layanan adalah kepuasan pelanggan yang signifikan

**Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen**

## **ABSTRACT**

Sea Expedition is one of the sea transportation companies that transports cargo. PT Prima Bahari Sejahtera is one of the sea shipping service companies that was established in 2007. This study aims to examine the effect of price and service quality on customer satisfaction at PT Prima Bahari Sejahtera, Batam city. The independent variable in this study consisted of 2 variables, namely price (X1) and service quality (X2) while the dependent variable was customer satisfaction (Y). The research used in this writing is descriptive research with a quantitative approach. The population in this study were consumers who used PT Prima Bahari Sejahtera expedition in December as many as 153 respondents, so the number of samples obtained was 111 respondents using non probability sampling techniques and using purposive sampling method. This study uses validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear analysis, determination coefficient test (R<sup>2</sup>), t test, and F. test based on the results of multiple linear analysis, price acquisition, 7, 1% of customer satisfaction and service quality by 26, 5% on customer satisfaction. Based on the t test and F test, it was concluded that prices were not significant, service quality was significant customer satisfaction..

Keywords: Price, Service Quality, Consumer Satisfaction

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kita junjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI.
2. Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.
3. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
5. Orang Tua dan Keluarga lainnya yang selalu memberikan nasihat dan dukungan dalam penyusunan proposal penelitian ini.
6. Kepada seluruh teman-teman yang namanya tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis baik saran maupun kritikan.
7. Pihak-pihak lain yang secara langsung atau tidak langsung, yang telah membantu dalam penyusunan proposal penelitian.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 02 Februari 2019

Penulis

Sherly Haryana

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	7
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Rumusan Masalah .....	7
1.5. Tujuan Penelitian.....	8
1.6. Manfaat Penelitian.....	8
1.6.1. Teoritis .....	8
1.6.2. Praktis.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	10
2.1 Teori Dasar .....	10
2.1.1 Harga .....	10
2.1.2 Kualitas Pelayanan .....	16
2.1.3 Kepuasan Konsumen.....	19
2.2.3.1 Penelitian Terdahulu .....	22
2.3 Kerangka Pemikiran .....	25
2.4 Hipotesis .....	27



<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1    Desain Penelitian .....	28
3.2    Operasional Variabel .....	28
3.2.1    Variabel Independen .....	28
3.2.2    Variabel Dependen.....	29
3.3    Populasi dan Sampel .....	30
3.3.1    Populasi .....	30
3.3.2    Sampel.....	31
3.4    Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.4.1    Jenis Data .....	32
3.4.2    Sumber Data.....	32
3.5    Metode Analisis Data .....	34
3.5.1    Metode Deskriptif – Kuanitatif.....	34
3.5.2    Uji Kualitas Data.....	34
3.5.3    Uji Asumsi Klasik.....	37
3.5.4    Uji Hipotesis .....	38
3.5.5    Uji Pengaruh .....	40
3.6    Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	41
3.6.1    Lokasi Penelitian.....	41
3.6.2    Jadwal Penelitian.....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
4.1    Hasil Penelitian .....	43
4.1.1    Profil Responden.....	43
4.1.1.1    Deskriptif Profil Berdasarkan Jenis Kelamin:.....	43
4.1.1.2    Deskriptif Profil Berdasarkan Usia .....	44
4.1.1.3    Deskriptif Profil Berdasarkan Pekerjaan.....	44
4.1.2    Analisis Deskriptif .....	45
4.1.2.1    Analisis Deskriptif Variabel Harga (X1) .....	45
4.1.2.2    Deskripif Variabel Kualtas Pelayanan ( X2 ).....	48
4.1.2.3    Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y1).....	51
4.1.3    Hasil Uji Kualitas Data .....	53

4.1.3.1.	Hasil Uji Validitas .....	53
4.1.3.2.	Uji Reliabilitas.....	55
4.1.4	Uji Asumsi Klasik.....	56
4.1.4.1.	Uji Normalitas .....	56
4.1.4.2.	Uji Multikolinearitas .....	59
4.1.4.3.	Uji Heteroskedastisitas .....	59
4.1.5	Uji Pengaruh .....	60
4.1.5.1.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
4.1.5.2.	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	61
4.1.6	Uji Hipotesis .....	62
4.1.6.1.	Uji Parsial (Uji t) .....	62
4.1.6.2.	Uji Simultan (Uji F) .....	63
4.2.	Pembahasan.....	64
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		66
5.1.	Kesimpulan .....	66
5.2.	Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (Histogram).....	57
Gambar 4.2 Normal P-P of Regression Standardized Residual.....	58

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Harga Barang PT Prima Bahari Sejahtera dan PT Perintis 2018 ...	5
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.2 Jumlah Konsumen.....	31
Tabel 3.3 Skala Likert.....	33
Tabel 3.4 Rentang Skala .....	34
Tabel 3.5 Jadwal Penelitian.....	42
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	44
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
Tabel 4.4 kriteria Analisis Deskriptif.....	45
Tabel 4.5 Harga Jasa Ekspedisi Lebih terjangkau Daripada Ekspedisi lainnya ..	46
Tabel 4.6 Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas jasa yang saya harapkan .....	46
Tabel 4.7 Harga jasa ekspedisi sesuai dengan layanan yang diberikan .....	47
Tabel 4.8 Sebelum menggunakan jasa ekspedisi saya membandingkan dengan harga ekspedisi lain .....	47
Tabel 4.9 Ekspedisi memberikan banyak potongan harga.....	48
Tabel 4.10 Konsisten dalam memberikan jadwal yang telah ditentukan.....	48
Tabel 4.11 Cepat tanggap dalam menanggapi keluhan dari konsumen .....	49
Tabel 4.12 Memberikan jaminan atas barang yang dikirimkan melalui ekspedisi ini dalam kondisi bagus.....	49
Tabel 4.13 Pelayan peduli dengan keluhan yang disampaikan oleh konsumen ...	50
Tabel 4.14 Barang yang dikirimkan aman sampai tujuan.....	50
Tabel 4.15 Saya merasa puas dengan informasi yang diberikan oleh ekspedisi mengenai jadwal kapal.....	51
Tabel 4.16 Saya merasa puas dengan harga yang ditawarkan .....	52
Tabel 4.17 Saya puas terhadap sistem kinerja perusahaan .....	53
Tabel 4.18 hasil Uji Validitas Harga.....	54
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	54
Tabel 4.20 Hasil Validitas Kepuasan Konsumen.....	55
Tabel 4.21 Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas.....	55
Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas .....	56
Tabel 4.23 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....	58
Tabel 4.24 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.25 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	60
Tabel 4.26 Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	60
Tabel 4.27 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	62
Tabel 4.28 Hasil Uji t.....	62
Tabel 4.29 Hasil Uji F.....	64

## DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	31
Rumus 3.2 Rumus Rentang Skala.....	34
Rumus 3.3 Rumus Pearson Product Moment .....	35
Rumus 3.4 Rumus Conbrach's Alpha.....	36
Rumus 3.5 Rumus t hitung.....	39
Rumus 3.6 Regresi Linear Berganda .....	40
Rumus 3.7 Koefisien Determinansi .....	41

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Persaingan bisnis tidak hanya terjadi pada bisnis kuliner, perhotelan, retail tetapi dapat terjadi pada jasa ekspedisi muatan kapal laut. Jasa Pengurusan Transpotasi (*Freight Forwarding*) atau ekspedisi merupakan alternatif yang menjanjikan untuk mempermudah kepentingan pemilik barang, membantu mengurus semua kegiatan yang diperlukan bagi terlaksananya pengiriman dan penerimaan barang. Layanan jasa ekspedisi dapat berupa penerimaan, penyimpanan, pengepakan, pengukuran, penimbangan, pengurusan dokumen dan klaim asuransi atas pengiriman barang.

Ekspedisi sebagai suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen yang menggunakan jasa tersebut tentang keberangkatan dan kedatangan kapal. Dalam pelaksanaan pengiriman barang, ekspedisi melakukan kerjasama dengan perusahaan bongkar muat dan perusahaan pelayaran.

Perusahaan pelayaran memiliki banyak kapal dan jalur pelayaran berkaitan dengan banyaknya jumlah atau batasan muatan yang disediakan oleh pihak pelayaran kepada pihak ekspedisi muatan kapal laut, sehingga ekspedisi dapat menentukan jadwal keberangkatan dan kedatangan barang kirimannya. Namun

jadwal keberangkatan dan kedatangan kapal dapat berubah-ubah sewaktu-waktu dikarenakan adanya kendala yang timbul dalam perjalanan atau proses muat barang yang terlalu lama sebelum dan sesudah di sebuah pelabuhan dikarenakan antrean kapal.

Adanya perusahaan bongkar muat yang bertanggung jawab dalam melaksanakan pembongkaran muatan container dari atas kapal ke pelabuhan yang telah ditentukan. Dalam menjalankan tugasnya tidak hanya ditentukan dari perusahaan bongkar muat tersebut saja, melainkan ditentukan dari peranan administrator dari pelabuhan dalam mengarahkan lokasi dermaga untuk kapal tersebut bisa sandar dengan baik, dan peranan buruh-buruh bongkar muat memenuhi jumlah yang pas dengan kebutuhan pada saat itu. Apabila dermaga penuh, banyaknya kapal sandar maka permintaan tenaga buruh meningkat. Apabila adanya libur nasional maka penawaran buruh menurun dan cuaca yang tidak menentu dapat menghambat proses bongkar muat. Sehingga kelancaran bongkar muat menjadi terganggu hal ini mengakibatkan kerugian beberapa pihak seperti pihak pelayaran, pihak ekspedisi, pihak perusahaan bongkar muat, dan pihak pemilik barang.

Mendirikan sebuah perusahaan bukanlah suatu pekerjaan yang mudah, untuk mempertahankan berkembang menjadi perusahaan yang maju merupakan pekerjaan yang berat. Harga menjadi penentu oleh konsumen mempertimbangkan fasilitas yang didapat. Harga juga sangat berpengaruh terhadap konsumen merasakan kepuasan karena harga yang diberikan dapat sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Pelayanan yang berkaitan erat

dengan hal pemberian kepuasan kepada konsumen, memberi mutu yang baik sehingga konsumen merasa diperhatikan oleh perusahaan.

Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami apa yang di inginkan oleh konsumen. Untuk memahami keinginan konsumen dapat memberikan nilai dan pelayanan yang optimal sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam memakai jasa perusahaan tersebut. Jadi melayani konsumen sebagai kerormatan bahkan anugerah. Karena konsumen yang sama bisa saja pergi ke tempat lain, untuk mendapatkan pelayanan yang optimal khususnya pada era persaingan yang semakin lama semakin ketat, untuk mendapatkan loyalitas pelanggan. (Zalukhu, 2015:110)

Perkembangan bisnis saat ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan, khususnya pada jasa ekspedisi muatan kapal laut di Batam. Adanya pesaing di bidang usaha yang sama, sehingga dapat menjadi ancaman bagi perusahaan. Para pesaing berlomba-lomba untuk mendapatkan perhatian konsumen, dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan.

Konsumen yang puas akan kualitas pelayanan, tidak menutup kemungkinan konsumen akan menggunakan jasa perusahaan tersebut secara berulang. Dikarenakan konsumen tidak hanya membeli suatu produk atau jasa melainkan juga memerhatikan aspek kualitas yang diberikan oleh perusahaan tersebut kepada konsumen.

Kepuasan konsumen adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dilipatgandakan oleh



perasaan-perasaan yang terbentuk mengenai pengalaman pengkonsumsian. (Burhanudin, 2018:78). Dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen ditentukan dari perasaan konsumen dalam memakai jasa tersebut, jika konsumen merasa senang dalam usaha yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen tersebut maka konsumen akan datang lagi. Begitu juga sebaliknya jika perusahaan tidak dapat memberikan yang terbaik maka konsumen merasa tidak puas dengan hasil yang diberikan.

PT Prima Bahari Sejahtera berdiri sejak tahun 2007 yang berlokasi di Nagoya merupakan perusahaan ekspedisi laut yang melayani pengantaran barang rute Jakarta-Batam dan Batam-Jakarta. Dulu perusahaan ini hanya memiliki 2 rute akan tetapi dengan perkembangan dan adanya permintaan PT Prima Bahari Sejahtera sekarang memiliki rute baru yaitu Jakarta-Pekabaru, Jakarta-Medan.

PT Prima Bahari Sejahtera menyediakan pelayanan yang dibutuhkan konsumen. Pelayanan merupakan unsur yang penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Perusahaan tersebut harus selalu berkembang menjadi lebih baik dimasa mendatang dan meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

**Tabel 1.1 Data Harga Barang PT Prima Bahari Sejahtera dan PT Perintis 2018**

Jenis Barang	Satuan	Ekspedisi	
		Prima Bahari Sejahtera	Perintis
Semen	M <sup>3</sup>	500.000	470.000
Sparepart	M <sup>3</sup>	400.000	380.000
Atk	M <sup>3</sup>	380.000	370.000

Sumber : Data PT Prima Bahari Sejahtera 2018

Seiring berjalannya waktu, perusahaan tidak selalu berjalan dengan baik, adapun perusahaan juga mendapat masalah yang selalu timbul yang diakibatkan konsumen yang protes karena ketidakcocokan harga dikarenakan perhitungan kubikasi yang tidak sesuai. Sehingga konsumen memilih untuk memakai ekspedisi lain.

Berikut tabel jumlah konsumen yang menggunakan jasa pada PT Prima Bahari Sejahtera :

**Tabel 1.1 Data Jumlah Konsumen PT Prima Bahari Sejahtera 2018**

Bulan	Jumlah
Oktober	183
November	172
Desember	153

Sumber : Data PT Prima Bahari Sejahtera ( 2018 )

Berdasarkan data diatas menunjukkan pelayanan yang kurang optimal, seperti terjadinya keterlambatan kapal sehingga barang tidak sampai pada waktu,

terjadinya kerusakan barang pada saat pengantaran membuat konsumen merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Adanya kasus diatas membuat perusahaan menjadi khawatir karena konsumen merasa barang yang dikirimkan melalui perusahaan tersebut tidak diprioritaskan sehingga terjadinya protes yang dilakukan oleh konsumen. Sehingga jumlah konsumen yang menggunakan jasa PT Prima Bahari Sejahtera tidak stabil, mengalami kenaikan dan penurunan.

Penelitian serupa pernah diteliti oleh (Rahman, 2012) "*The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction: An Empirical Study on Restaurant Services in Khulna Division*" pada tahun 2012, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa banyaknya keluhan dari konsumen merasa tidak puas karena harga yang disesuaikan dengan kualitas dan rasa makanan, pelayanan yang tidak memiliki kompetensi dan dedikasi dalam menyajikan makanan berkualitas dalam waktu cepat. Maka para pesaing yang dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik dan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Maka berdasarkan uraian latar belakang tersebut menunjukan adanya masalah terhadap kepuasan konsumen. Peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **"PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT PRIMA BAHARI SEJAHTERA"**

## 1.2. Identifikasi Masalah

Setelah diidentifikasi, berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka permasalahan-permasalahan yang dapat diidentifikasi yaitu :

1. Ketidacocokan harga akibat perhitungan kubikasi yang tidak sesuai.
2. Keterlambatan dalam pengantaran barang sering mengakibatkan masalah.
3. Adanya ketidakpuasan yang mengakibatkan menurunnya pemakaian jasa di PT Prima Bahari Sejahtera.
4. Adanya pesaing yang menjadi ancaman bagi perusahaan.

## 1.3. Batasan Masalah

Penelitian ini memberikan batasan masalah mengingat luasnya permasalahan yang terdapat pada PT Prima Bahari Sejahtera oleh karena itu, penelitian ini hanya difokuskan tiga variabel penelitian yaitu:

1. Variabel Independen : Harga (  $X_1$  ), Kualitas pelayanan (  $X_2$  )
2. Variabel Dependen : Kepuasan konsumen (  $Y$  )
3. Objek penelitian dilakukan pada PT Prima Bahari Sejahtera cabang Batam

## 1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka dirumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada PT Prima Bahari Sejahtera?

2. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada PT Prima Bahari Sejahtera?
3. Bagaimanakah pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT Prima Bahari Sejahtera?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian adalah :

1. Menganalisis pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada PT Prima Bahari Sejahtera.
2. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada PT Prima Bahari Sejahtera.
3. Menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Kegunaan dari penelitian ini adalah :

#### **1.6.1. Teoritis**

##### **a. Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan dan menambah ilmu pengetahuan terhadap kepuasan pelanggan melalui pengolahan data dan informasi yang digunakan dalam skripsi ini.

b. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan jurnal untuk penelitian selanjutnya.

c. Univesritas Putera Batam

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa dan mahasiswi putera batam.

**1.6.2. Praktis**

Merupakan bahan masukan dan evaluasi praktek lapangan, bagi PT Prima Bahari Sejahtera tentang harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang akan dilakukan perusahaan dalam menentukan strategi.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Teori Dasar**

##### **2.1.1 Harga**

###### **2.1.1.1 Pengertian Harga**

Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk (*a statement of value*). Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi. Dan harga adalah segala bentuk biaya yang di korbakan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk (Aswad, Realize, & Wangdra, 2018:79). Untuk menentukan harga merupakan salah satu keputusan yang penting bagi manajemen. Manajemen harus memperhitungkan harga tersebut untuk bisa menutupi ongkos, biaya buru, berat barang, dan tetap mendapatkan keuntungan. Jika menetapkan harga yang tinggi tidak semua konsumen dapat menyanggupi patokan harga tersebut, yang mengakibatkan perusahaan mengalami kerugian.

Harga memiliki dua peran dalam proses pengambilan keputusan para pembeli yaitu peranan alokasi dan peranan informasi. Peranan alokasi dari harga adalah fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau kutilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan pembelian.

Peranan informasi dari harga adalah fungsi dalam “mendidik” konsumen mengenai faktor produk, misalnya kualitas.

Ketika suatu perusahaan telah menetapkan harga dasar suatu produk barang atau jasa maka perusahaan dapat menentukan strategi harga dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti harga kompetitor, tujuan perusahaan daur hidup produk. (Oentoro, 2012:150)

#### **2.1.1.2 Prosedur Penetapan Harga**

Salah satu keputusan yang sulit dihadapi suatu perusahaan adalah menetapkan harga. Walaupun cara penetapan harga yang dipakai sama bagi setiap perusahaan yang didasarkan pada biaya, harga, persaingan, permintaan dan laba. Tetapi ada faktor-faktor berbeda sesuai dengan sifat produknya, pasarnya, dan tujuan perusahaan. Ada sejumlah cara dalam menetapkan harga, tetapi cara apapun yang digunakan seharusnya memperhitungkan faktor-faktor situasional. Faktor-faktor itu meliputi :

1. Startegi perusahaan dan komponen-komponen lain dalam bauran pemasaran.
2. Peluasan produk sedemikian rupa sehingga produk dipandang berbeda dari produk-produk lain yang bersaing dalam mutu atau tingkat pelayanan konsumen
3. Biaya dan harga pesaing.
4. Ketersediaan dan harga dari produk pengganti



### **2.1.1.3 Model Penetapan Harga**

Ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan yaitu faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal. Faktor internal perusahaan mencakup tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, dan organisasi. Sedangkan faktor lingkungan eksternal meliputi sifat pasar, dan permintaan, pesaing, dan unsur-unsur lingkungan lainnya.

Dalam model tersebut akan dibahas mengenai berbagai pengaruh dan kendala yang perlu diperhiungkan dalam penetapan harga dan langkah-langkah proses penetapan harga termasuk analisa yang rinci mengenai permintaan pasar, biaya, dan kompetisi.

#### **1. Pengaruh dan Kendala**

Terdapat banyak cara untuk menghitung harga, namun cara apapun yang digunakan, satu hal yang tetap harus diperhitungkan adalah faktor situasional baik bersifat internal maupun eksternal. Analisis internal lebih menekan pada penilaian atau identifikasi kekuatan dan kelemahan dari tiap-tiap divisi dalam upaya untuk mencari keunggulan-keunggulan yang akan dapat dipakai untuk membedakan diri dari pesaing, sehingga harus dilakukan melalui kaca mata atau sudut pandang konsumen. Analisis eksternal adalah penilaian terhadap kekuatan yang berada diluar perusahaan, dimana perusahaan tidak mempunyai pengaruh sama sekali untuk mengendalikan, sehingga perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan ini akan mempengaruhi kinerja semua perusahaan dalam industri tersebut.

## 2. Langkah-langkah Penetapan Harga

### 1. Tujuan Penetapan Harga

Tujuan penetapan harga yaitu bisa berupa maksimisasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam hal kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial, dan lain lain.

### 2. Estimasi Permintaan Harga dan Elastisitas Harga

Perusahaan perlu memahami sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya, apakah termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, atau monopoli. Faktor lain yang tak kalah penting adalah elastisitas permintaan. Permintaan menentukan batas atas dari rentang harga yang dimungkinkan bagi suatu produk. Permintaan akan menurun drastis bila harga terlalu tinggi. Biasanya terjadi hubungan yang terbalik antara harga dan jumlah permintaan, sehingga kurva permintaan bersifat negatif atau slope menurun. Namun produk tertentu yang dipandang bergengsi atau produk yang sulit dinilai kualitasnya secara objektif, bisa menghasilkan kurva permintaan positif.

### 3. Biaya dan Hubungannya dengan Volume Penjualan

Biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

Harga suatu produk haruslah menutupi biaya untuk produksi dan pemasaran barang tersebut.

Dalam hubungan dengan volume penjualan, ada dua hal yang harus diperhitungkan untuk penetapan harga, yakni skala ekonomis (*economies of scale*) dan kurva belajar (*learning/experience curve*). Dalam jangka pendek, skala ekonomis diperoleh dari penggunaan kapasitas yang secara maksimal, sedangkan jangka panjang perusahaan mendapatkannya dengan membangun fasilitas yang lebih besar dan lebih efisien.

#### **2.1.1.4 Metode Penerapan Harga Jual**

Menurut Saladin ( 2006: 146 ) dalam (Oentoro, 2012) mengemukakan bahwa terdapat beberapa metode penetapan harga jual yakni:

1. Penetapan Harga (*Mark-up Pricing*)

Penetapan harga menurut metode ini adalah berdasarkan biaya keseluruhan yang telah dikeluarkan dengan mark-up tertentu sebagai keuntungan.

2. Penetapan Harga Menurut Tingkat Sasaran (*Target Return Pricing*)

Perusahaan menetapkan harga jual berdasarkan persentase yang diinginkan dari investasi yang ditanam dari jumlah unit yang diharapkan terjual.

3. Penetapan Harga Menurut Pandangan Konsumen (*Perceived-Value Pricing*)

Harga jual produk itu berdasarkan nilai yang di rasakan oleh konsumen terhadap produk tersebut.

4. Penetapan Harga Berdasarkan Harga Pasar (*Going Rate-Pricing*)

Penetapan harga jual berdasarkan harga yang telah ditetapkan pesaing pasar.

5. Penetapan Harga Dalam Sampul Tertutup (*Sealed-Bid Pricing*)

Penetapan harga demikian ini biasanya dilakukan dalam tender, dimana beberapa perusahaan diundang oleh suatu instansi ataupun swasta untuk mengajukan penawaran dalam amplop tertutup.

#### **2.1.1.5 Indikator Harga**

Indikator yang mencirikan harga menurut (Hasan 2008: 298) dalam (Runtunuwu, Oroh, & Taroreh, 2014:1807)

1. Keterjangkauan harga, yaitu harga sesungguhnya dari suatu produk yang tertulis di suatu produk, yang harus dibayarkan oleh konsumen.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar ada.
3. Daya saing harga, yaitu kemampuan harga produk tersebut bersaing dengan kompetitor di pasar.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat, yaitu sebagaimana manfaat yang dirasakan sesuai dengan harga yang dibayar.
5. Potongan Harga Khusus

## **2.1.2 Kualitas Pelayanan**

### **2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah suatu tingkatan baik atau buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam memberikan jasa melebihi apa yang diharapkan konsumen (Mardizal, Yolanda, & Amaluis, 2017) dan pendapat lain kualitas pelayanan adalah tindakan yang menciptakan manfaat dengan mewujudkan perubahan yang diinginkan konsumen sehingga pelayanan memberikan nilai tersendiri bagi konsumen (Wijaya, 2017: 2). dalam (Aswad et al., 2018).

### **2.1.2.2 Strategi Pelayanan**

Strategi pelayanan adalah strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan perbedaan yang dapat dilihat dan diukur oleh konsumen. Dinyatakan secara tertulis dan dikomunikasikan secara meluas, sehingga tidak ada seorang pun yang meragukan apa yang dirancang akan tercapai. Hal tersebut diimbangi dengan organisasi yang dirancang untuk tanggapan pelanggan. Ini harus mencakup :

1. Keperluan dan harapan pelanggan : tidak ada perusahaan yang bisa bertahan lama jika kebutuhan pelanggannya tidak didefinisikan sepenuhnya atau diabaikan setelah diketahui

2. Kegiatan pesaing : tanpa pengetahuan tentang apa yang dilakukan pesaing utama anda, mustahil bisa berusaha memperoleh keuntungan melalui kualitas dan inovasi pelayanan anda.
3. Wawasan tentang masa depan : mendengarkan pelanggan dan mengawasi pesaing jelas sekali merupakan proses penting, tetapi mungkin itu belum cukup untuk mencapai diferensiasi dan kepuasan konsumen dalam jangka panjang.

### **2.1.2.3 Mengenal Konsumen Anda**

Pelayanan pelanggan memerlukan perubahan sama seperti harapan mereka tentang sebaik apa keperluan ini akan dipenuhi. Sebelum melaksanakan penelitian pasar, penting sekali untuk memeriksa apa yang sudah anda ketahui tentang konsumen anda. Sebagai berikut :

1. Menganalisis keluhan (dan pujian) anda: apa yang dikatakan konsumen tentang kinerja anda sekarang; apakah mereka memberikan petunjuk tentang apa harapan mereka yang sesungguhnya?
2. Apakah ada data industri tentang kebutuhan pelanggan dan kinerja industri ? Bagaimana peringkat anda?
3. Tanyakan kepada staf anda sepuas apa mereka memikirkan konsumen anda. Mudah sekali bagi manajer untuk mengabadikan sebanyak apa staf tau dari hubungan sehari-hari dengan konsumen, dan mekanisme untuk mengumpulkan data tersebut selalu tidak ada.

4. Jika staf dan keluarganya adalah konsumen jasa mereka sendiri, mungkin ada sumber data lebih lanjut yang berharga untuk dibandingkan dengan data pelanggan ‘yang sesungguhnya.’

Mengandalkan komentar konsumen pelanggan yang tidak diminta, tidak cukup untuk memberikan gambaran yang bagus tentang pandangan pelanggan. sebagai contoh kartu komentar pada kamar hotel mungkin menciptakan umpan balik ekstra, tetapi itu bukan pengganti bagi kontak langsung.

#### **2.1.2.4 Indikator Kualitas Pelayanan**

Lima indikator yang penting pada kualitas pelayanan (Tjiptono, 2008: 95), sebagai berikut:

1. Reliabilitas (*Reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat dari pertama kali.
2. Daya tanggap (*Responsiveness*) adalah berkenaan dengan ketersediaan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
3. Jaminan (*Assurance*) adalah berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan.
4. Empati (*Empathy*) adalah perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasional yang nyaman.

5. Bukti fisik (*Tangibles*) adalah berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas pelayanan, peralatan dan sumber daya manusia.

### **2.1.3 Kepuasan Konsumen**

#### **2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen**

Kata kepuasan atau "*satisfaction*" berasal dari bahasa latin "*satis*" (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio*" (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai "upaya pemenuhan sesuatu" atau " membuat sesuatu memadai". Menurut (Tjiptono, 2014:356) kepuasan konsumen adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan barang atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli).

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka tindakan yang dilakukan konsumen (Moha & Loindong, 2016: 577) dalam (Aswad et al., 2018).

#### **2.1.3.2 Manfaat Program Kepuasan Konsumen**

Pengendalian kepuasan konsumen khusus berpotensi memberikan beberapa manfaat pokok diantaranya :

1. Reaksi Terhadap Produsen Berbiaya Rendah

Persaingan dalam banyak industri di tandai dengan *overcapacity* dan *oversupply*. Dalam berbagai kasus, hal ini menyebabkan pemotongan



harga menjadi senjata strategik untuk meraih pangsa pasar. Fokus pada kepuasan konsumen merupakan upaya mempertahankan pelanggan dalam menghadapi para produsen berbiaya rendah.

2. Manfaat Ekonomik Retensi Konsumen Versus Perpetual Propecting  
Berbagai studi menunjukkan bahwa mempertahankan dan memuaskan konsumen saat ini jauh lebih dibanding upaya terus menerus menarik atau memprospek konsumen baru.
3. Nilai Kumulatif dari Relasi Berkelanjutan  
Berdasarkan konsep “*customer lifetime value*” upaya mempertahankan loyalitas konsumen terhadap produk dan jasa perusahaan selama periode waktu yang lama bisa menghasilkan anuitas yang jauh lebih besar dari pada pembelian individual.
4. Daya Persuasif Gethok Tular (*word of mouth*)  
Dalam banyak industri (terutama sektor jasa), pendapat atau opini positif dari teman dan keluarga jauh lebih persuasive dan kredibel ketimbang iklan. Konsumen yang tidak puas bisa mempengaruhi sikap dan penilaian negatif biasanya tersebar secara cepat terhadap barang dan jasa perusahaan tersebut.
5. Reduksi Sensitivitas Harga  
Konsumen yang puas dan loyal terhadap sebuah perusahaan cenderung jarang menawar harga untuk setiap pembelian individualnya. Ini dikarenakan faktor kepercayaan telah terbentuk.
6. Kepuasan Konsumen sebagai Indikator Kesuksesan di Masa Depan

Pada hakikatnya kepuasan konsumen merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu cukup lama sebelum bisa membangun dan mendapatkan reputasi atas layanan yang prima, dan kerap kali juga dituntut investasi besar pada serangkaian aktivitas yang ditunjukkan untuk membahagiakan pelanggan saat ini dan masa depan

### **2.1.3.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen**

Dalam (Tjiptono, 2015:27) aspek-aspek dari pengukuran kepuasan sebagai berikut:

1. Persepsi Kualitas (*Perceived Quality*) adalah ukuran evaluasi dari pengalaman konsumen terbaru atas kualitas jasa atau barang perusahaan tersebut.
2. Persepsi Nilai (*Perceived Value*) adalah ukuran kualitas dibandingkan harga yang dibayarkan. Meskipun harga sangat penting bagi pembelian pertama kali oleh konsumen, biasanya dampaknya lebih kecil terhadap kepuasan dalam pembelian ulangan.
3. Komplain Konsumen (*Customer Complaints*) adalah diukur berdasarkan persentase responden yang pernah menyatakan pernah menyampaikan keluhan secara langsung kepada pihak perusahaan menyangkut produk atau jasa tersebut.
4. Loyalitas Konsumen (*Customer Loyalty*) adalah kombinasi antara kemungkinan pelanggan untuk membeli ulang dari pemasok yang

sama di kemudian hari dan kemungkinan untuk membeli produk atau jasa perusahaan pada tingkat harga (toleransi harga).

#### **2.1.3.4 Indikator Kepuasan Konsumen**

Menurut (Tjiptono, 2008:44) ada beberapa indikator dalam kepuasan konsumen diantara lain :

1. *Before-sales satisfaction*

Kepuasan konsumen terhadap pencarian informasi, proses berbelanja, dan ketersediaan alternatif

2. *Product and price satisfaction*

Kepuasan terhadap kinerja produk, dikaitkan dengan harganya

3. *After-sales satisfaction*

Kepuasan terhadap layanan dan pengalaman konsumendalam menggunakan produk

4. *Marketpalce structure / performance satisfaction*

Kepuasan pelanggan terhadap sistem kerjanya

#### **2.2.3.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu adalah referensi atau kesimpulan yang sesuai dengan penelitian yang sedang diteliti, dapat menjadi dasar pijakan dalam rangka penyusunan penelitian.

Adapun penelitian terdahulu pada penelitian ini adalah

1. Mandital, Yolanda, Amaluis, (2017), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Golden Futsal Simpang Haru Padang, Jurnal *Economica*, Volume 5, No 2, ISSN : 2302-1590, Tujuan penelitian untuk mengetahui (1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Golden Futsal; (2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Golden Futsal; (3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Golden Futsal; (4) Kualitas pelayanan, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Golden Futsal. Jenis metode penelitian yang digunakan metode deskriptif dan asosiasi. Hasil dari penelitian tersebut bahwa kualitas pelayanan, harga, promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Lola. (2018), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Amrita Tour Kediri, Jurnal : Artikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri, Volume 02, No 02, ISSN :2599-0748, tujuan penelitian (1) Apakah ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan CV Amrita Tour Kediri ? (2) Apakah ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan CV Amrita Tour Kediri ? (3) Apakah ada pengaruh yang signifikan antar promosi terhadap kepuasan pelanggan CV Amrita Tour Kediri ? (4) Apakah kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan CV Amrita Tour Kediri ?

Alat penelitian yang digunakan Analisis Regresi Linear Berganda, Hasil dari penelitian ini adalah (1) Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (2) Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (3) Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (4) Kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada CV Amrita Tour Kediri.

3. Gerardo, Oroh, Taroreh, (2014), pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna cafe dan resto cabang manado, Jurnal EMBA, Volume 02, No 03, ISSN : 2303-1174, tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado, alat penelitian yang digunakan regresi linear berganda, hasil dari penelitian tersebut kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. Kualitas produk berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.
4. Asward, Realize, Wangdra, (2018), Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center, Jurnal JIM UPB, Volume 06, No 02, ISSN : 2337-3350, Tujuan penelitian untuk mengetahui apakah ada pengaruh parsial dan simultan antara variabel bebas terhadap variabel dependen. Analisis teknis

menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian tentang hasil uji t, t hitung untuk harga dan kualitas layanan lebih besar dari t tabel, dapat disimpulkan ada beberapa pengaruh positif dan harga signifikan terhadap kepuasan pelanggan, ada pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan kepuasan pelanggan.

5. Burhanudin, (2018), Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada Bank Sinarmas KK Duri Pulo Gambir Jakarta Pusat, Jurnal Sosio e-kons, Volume 10, No 01, ISSN 2085-2266, Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Sinarmas KK Duri Pulo Gambir Jakarta Pusat. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan analisis jalur. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sinarmas KK Duri Pulo Gambir Jakarta Pusat, Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sinarmas KK Duri Pulo Gambir Jakarta Pusat. Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Sinarmas KK Duri Pulo Gambir Jakarta Pusat.

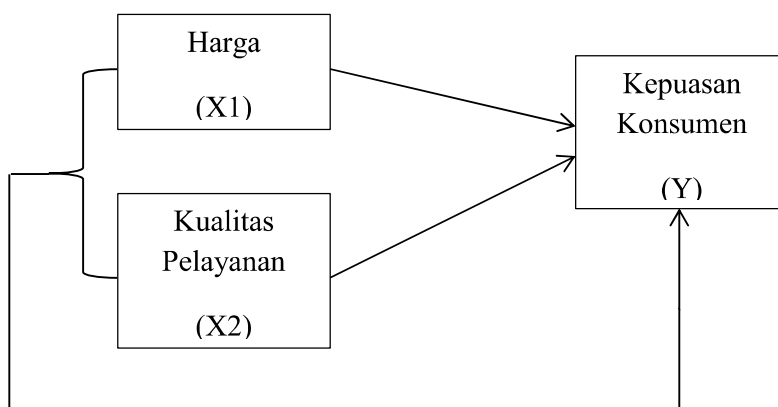
### **2.3 Kerangka Pemikiran**

1. (Oentoro, 2012) menyatakan pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Sering

kali pula dalam penentuan nilai suatu barang atau jasa, konsumen membandingkan kemampuan suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya dengan kemampuan barang atau jasa substitusi.

2. Menurut Tjiptono 2000:58 dalam (Mardizal et al., 2017) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen. Jadi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan refleksi persepsi evaluative terhadap layanan yang diterimanya pada waktu tertentu.
  3. Selanjutnya menurut Kotler (2002:158) dalam (Mardizal et al., 2017) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga dimana harga merupakan variabel yang penting. Baik dari harga yang rendah atau harga yang terjangkau yang dapat memicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran.
- Berdasarkan teori diatas maka kerangka pemikiran pada penelitian ini

adalah



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

**Sumber : Penelitian 2018**

## 2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka titik tolak untuk merumuskan hipotesis adalah rumusan masalah dan kerangka berfikir. (Sugiono, 2011, p. 284)

H1 : Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada PT Prima Bahari Sejahtera.

H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen PT Prima Bahari.

H3 : Harga, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT Prima Bahari Sejahtera.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Setiap melakukan penelitian, seorang peneliti harus mempunyai masalah yang akan dipecahkan. Masalah timbul akibat adanya tantangan, persaingan terhadap hal atau fenomena. Peneliti diharapkan dapat memecahkan masalah-masalah atau sedikitnya menutup celah yang terjadi (Siregar, 2012:21).

Desain penelitian pada penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif sebagai bentuk penelitian skripsi ini, dimana penulis menjelaskan tentang pengaruh harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Prima Bahari Sejahtera.

#### **3.2 Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel merupakan informasi ilmiah yang sangat membantu peneliti yang ingin melakukan penelitian.

##### **3.2.1 Variabel Independen**

Variabel bebas adalah atribut atau karakteristik yang mempengaruhi variabel lainnya atau variabel terikat (Asroi & Hidayat, 2016:03). Variabel independen dalam penelitian adalah harga dan kualitas pelayanan.

##### **3.2.1.1 Harga**

Harga adalah segala bentuk biaya yang di korbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk (Aswad et al., 2018)

Indikator harga:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat
5. Potongan harga khusus

### **3.2.1.2 Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2008: 85)

Indikator kualitas pelayanan:

1. Reliabilitas (*Reliability*).
2. Daya tanggap (*Responsiveness*).
3. Jaminan (*Assurance*).
4. Empati (*Empathy*).
5. Bukti fisik (*Tangibles*).

### **3.2.2 Variabel Dependen**

Variabel Dependen adalah atribut atau karakteristik yang bergabung atau dipengaruhi variabel lainnya variabel bebas (Asroi & Hidayat, 2016). Variabel dependen pada penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

#### **3.2.2.1 Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil)

terhadap ekspektasi mereka tindakan yang dilakukan konsumen (Moha & Loindong, 2016: 577) dalam (Aswad et al., 2018).

Indikator kepuasan konsumen:

1. *Before-sales satisfaction*
2. *Product and price satisfaction*
3. *After-sales satisfaction*
4. *Marketpalce structure / performance satisfaction*

**Tabel 3.1 Operasional Variabel**

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Harga	Keterjangkauan harga	Likert
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	
		Daya saing harga	
		Kesesuaian harga dengan manfaat	
		Potongan harga khusus	
2	Kualitas Pelayanan	Realibilitas	Likert
		Daya tanggap	
		Jaminan	
		Empati	
		Bukti fisik	
3	Kepuasan Konsumen	<i>Before-Sales Satisfaction</i>	Likert
		<i>Product and Price Satisfaction</i>	
		<i>After-Sales Satisfaction</i>	
		<i>Market-Place Structure/Performance Satisfaction</i>	

Sumber : (Sanusi, 2011, p. 59)

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, sikap hidup dan sebagainya

(Siregar, 2012). Jumlah populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa PT Prima Bahari Sejahtera

**Tabel 3.2 Jumlah Konsumen**

Bulan	Jumlah Konsumen
Desember	153

**Sumber : Data Prima Bahari Sejahtera ( 2018 )**

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data, dimana hanya sebagai populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk memenuhi sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi (Siregar, 2012). Teknik dalam pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan cara mempertimbangkan yang diberikan oleh sekelompok pakar.(Sanusi, 2011, p. 95)

Teknik yang digunakan dalam menentukan ukuran sampel menggunakan metode slovin, dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

**Rumus 3.1 Rumus Slovin**

Sumber : (Siregar, 2012)

Ket :

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan Tingkat Kesalahan

Dengan memperkirakan tingkat kesalahan sebesar 5%, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{153}{(1 + 153 \times 0,05^2)}$$

$$n = \frac{153}{(1 + 153 \times 0,0025)}$$

$$n = 110,86$$

berdasarkan perhitungan yang dilakukan sesuai dengan rumus *Slovin* maka didapat sampel 110,86 yang dibulatkan menjadi 111 konsumen yang berasal dari populasi sebesar 153 konsumen dan tingkat kesalahan sebesar 5%.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan beberapa cara tergantung pada instrument yang digunakan dan sumber datanya (Kountur, 2009:178).

#### 3.4.1 Jenis Data

Data kuantitatif adalah data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiono, 2011).

#### 3.4.2 Sumber Data

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumber utamanya. Cara yang dipakai tergantung dari instrumen yang akan digunakan, informasi apa yang akan diperoleh, waktu yang tersedia, dana yang tersedia, dan tenaga peneliti yang akan melakukannya. Informasi yang

didapat dari daftar pertanyaan yang berbentuk angket (kuesioner) diajukan ke konsumen dengan menggunakan skala likert.

**Tabel 3.3 Skala Likert**

No	Kriteria	Bobot
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

**Sumber :** (Sugiono, 2011)

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bersumber dari hasil penelitian orang lain yang dibuat untuk maksud yang berbeda. Data tersebut berupa fakta, tabel, gambar dan lain-lain.

### 3.4.3 Alat Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dan instrumen yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah :

#### 1. Kuesioner

Kuesioner adalah pertanyaan yang tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Responden dapat memberikan jawaban dengan memberikan tanda pada salah satu atau beberapa jawaban yang telah disediakan.

#### 2. Mengkaji Pustaka

Mengkaji pustaka berarti mendalami, menelaah, dan mengidentifikasi bahan kepustakaan. kegiatan ini penting karena akan menjamin bahwa penelusuran jawaban terhadap masalah penelitian yang diajukan akan

melalui alur logika yang koheren. Bahan tersebut dapat berupa buku, jurnal-jurnal ilmiah, dan data dari tempat yang diteliti. (Sanusi, 2011, p. 31)

### 3.5 Metode Analisis Data

#### 3.5.1 Metode Deskriptif – Kuantitatif

Metode deskriptif – kuantitatif adalah metode yang hanya memberi gambaran atau deskriptif tentang variabel dari sebuah fenomena yang diteliti. (Wibowo, 2012)

Dalam mengukur hipotesis penelitian ini, rumus yang digunakan untuk mengukur rentang skala adalah :

$$(RS) = \frac{n(m-1)}{m} \quad \text{Rumus 3.2 Rumus Rentang Skala}$$

Sumber : (Wibowo, 2012)

n = Jumlah Sampel

m = Jumlah Alternatif Item Jawaban

RS = Rentang Skala

Hasil perhitungan rentang skala yang diperoleh selanjutnya dikontribusikan dengan tabel dibawah ini :

**Tabel 3.4 Rentang Skala**

No	Rentang Skala	Kriteria
1	111,0 – 199,0	Sangat Tidak Setuju
2	200,0 – 288,0	Tidak Setuju
3	289,0 – 377,0	Netral
4	378,0 – 466,0	Setuju
5	467,0 – 555,0	Sangat Setuju

Sumber : (Wibowo, 2012)

### 3.5.2 Uji Kualitas Data

#### 3.5.2.1 Uji Validitas Data

Beberapa ahli memberikan pengertian validitas yang hampir mirip yaitu uji yang dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur itu mengukur apa yang di ukur.

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 0,05 (SPSS akan secara default menggunakan nilai ini). Kriteria diterima dan tidaknya suatu data valid atau tidak jika :

- a. Jika  $r_{\text{hitung}} \geq r_{\text{tabel}}$  ( uji dua sisi dengan sig 0,050 ) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, akan item dinyatakan valid.
- b. Jika  $r_{\text{hitung}} \leq r_{\text{tabel}}$  ( uji dua sisi dengan sig 0,050 ) maka item-item pada pernyataan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan tidak valid.

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i) (\sum x)}{\sqrt{[n\sum i^2 - (\sum i)^2][n\sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

**Rumus 3.3 Rumus Pearson Product Moment**

Sumber : (Sanusi, 2011:77)

Keterangan:

$r_{ix}$  = Koefisien korelasi

$i$  = Skor item

$x$  = Skor total x

$n$  = Jumlah banyaknya subjek



### 3.5.2.2 Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Uji ini di gunakan untuk mengetahui dan mengukur tingkat konsistensi alat ukur.

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan dua sisi pada taraf signifikansi 0.05 (SPSS akan secara default menggunakan nilai ini). Kriteria diterima dan tidaknya suatu data reliabel atau tidak jika diterima nilai alpha lebih besar daripada nilai kritis *product moment*, atau nilai r tabel. Dapat pula dilihat dengan menggunakan nilai batasan penentu, misalnya 0.6. nilai yang kurang dari 0.6 dianggap memiliki reliabilitas yang kurang, sedangkan nilai 0.7 dapat diterima dan nilai diatas 0.8 dianggap baik.

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

**Rumus 3.4 Rumus Conbrach's Alpha**

**Sumber :** (Wibowo, 2012:52)

Keterangan :

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Jumlah butir pernyataan

$\sum \sigma b^2$  = Jumlah varian pada butir

$\sigma_1^2$  = Varian total

### **3.5.3 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.5.3.1 Uji Normalitas**

Uji ini dilakukan guna mengetahui apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan Histogram Regression Residual yang sudah distandarkan, analisis Chi Square dan juga menggunakan nilai Kolmogorov-Smirnov. Kurva ini nilai Residual terstandarisasi dikatakan normal jika : Nilai Kolmogorov-Smirnov  $Z < Z$  tabel : atau menggunakan Nilai Probability Sig (2 tailed)  $> \alpha : sig > 0,05$ .

#### **3.5.3.2 Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas merupakan uji yang ditunjukkan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independen). untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas adalah sebagai berikut :

1. Nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel bebas banyak yang tidak signifikan memengaruhi variabel terikat.
2. Menganalisis korelasi antar variabel bebas. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (diatas 0,90) maka ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas.
3. Multikolinieritas dapat juga dilihat dari VIF, jika  $VIF < 10$  maka tingkat kolonieritas dapat ditoleransi.

4. Nilai eigen value sejumlah satu atau lebih variabel bebas yang mendekati nol memberikan petunjuk adanya multikolinieritas.

### **3.5.3.3 Heterokedastisitas**

Heterokedastisitas menunjukkan bahwa variansi variabel tidak sama untuk semua pengamatan. jika variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homokedastisitas.

Salah satu cara untuk melihat adanya problem heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat ( ZPRED ) dengan residualnya ( SRESID ), Cara menganalisisnya sebagai berikut :

1. Dengan melihat apakah titik-titik memiliki pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit. Jika terjadi, indikasinya terdapat heterokedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 10 pada sumbu Y, indikasinya tidak terjadi heterokedastisitas.

### **3.5.4 Uji Hipotesis**

#### **3.5.4.1 Uji T ( Parsial )**

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Apabila t hitung memiliki signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Untuk menguji variabel yang berpengaruh antara  $X_1$ ,  $X_2$ , terhadap  $Y$  secara individual (parsial) maka gunakan uji t. Adapun kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut :

1. Jika  $\text{sig} < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  berarti ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.
2. Jika  $\text{sig} > 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel independen secara terhadap variabel dependen.

$$t \text{ hitung} = \frac{bi}{Sbi}$$

**Rumus 3.5 Rumus t hitung**

Sumber : (Wibowo, 2012:123)

Dimana :

$R$  = Koefisien Korelasi

$R^2$  = Koefisien determinasi

$n$  = banyaknya sampel

#### **3.5.4.2 Uji F (Simultan)**

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terkait.

Adapun kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut :

- a. Jika  $\text{sig} < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima berarti ada pengaruh signifikan variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

- b. Jika  $\text{sig} > 0,05$  maka  $H_a$  ditolak  $H_o$  diterima berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

### 3.5.5 Uji Pengaruh

#### 3.5.5.1 Regresi Linier Berganda

Regresi Linier Berganda digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu independen variabel terhadap dependen variabel.

$$Y' = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n$$

#### Rumus 1.6 Regresi Linear Berganda

**Sumber :** (Wibowo, 2012:127)

Keterangan:

$Y'$  = Variabel Dependen

$\alpha$  = Nilai konstanta

$\beta$  = Nilai koefisien regresi

$X_1$  = Variabel independen pertama

$X_2$  = Variabel independen kedua

$X_3$  = Variabel independen ketiga

$X_n$  = Variabel independen ke-n

#### 3.5.5.2 Koefisien Determinasi

Analisis ini digunakan dalam hubungannya untuk mengetahui jumlah atau persentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel tidak bebas.

$$R^2 = \frac{(ry_{x_1})^2 + (ry_{x_2})^2 - 2 (ry_{x_1}) (ry_{x_2}) (rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

**Rumus 1.7 Koefisien Determinansi**

**Sumber :** (Wibowo, 2012:133)

Keterangan :

$R^2$  = Koefisien Determinasi

$ry_{x_1}$  = korelasi variabel  $x_1$  dengan  $y$

$ry_{x_2}$  = korelasi variabel  $x_2$  dengan  $y$

$rx_1x_2$  = korelasi  $x_1$  dengan  $x_2$

Kriteria yang digunakan sebagai pedoman adalah :

1. Jika nilai koefisien R Square semakin besar nilainya (mendekati 1) maka semakin kuat kemampuan model regresi untuk menerangkan kondisi yang sebenarnya.
2. Jika nilai koefisien R square kecil nilainya (mendekati 0) maka semakin lemah kemampuan model regresi untuk menerangkan kondisi yang sebenarnya.

### **3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian**

#### **3.6.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di PT Prima Bahari Sejahtera wilayah Nagoya Kota Batam, dengan alamat komplek Dian Center blok G no 06. Kuesioner diberikan kepada konsumen PT Prima Bahari Sejahtera.

#### **3.6.2 Jadwal Penelitian**

Jadwal penelitian yang dilakukan kurang lebih hampir 4 bulan, mulai bulan September 2018 sampai bulan Januari 2019 hingga berakhirnya tugas dalam

penulisan skripsi ini, jadwal penelitian bisa dilihat menggunakan tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.5 Jadwal Penelitian**

No	Kegiatan	Bulan dan Minggu																	
		September 2018			Oktober 2018				November 2018				Desember 2018				Januari 2019		
		II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III
1	Pengajuan judul	■	■	■															
2	Pencarian data awal		■	■	■														
3	Penyusunan penelitian			■	■	■	■	■	■	■									
4	Pembagian kuesioner										■	■	■	■					
5	Bimbingan penelitian				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6	Penyelesaian skripsi			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

**Sumber : Peneliti 2018**