

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
MASKAPAI LION AIR DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh:
Levy Lee
150910115

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

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
MASKAPAI LION AIR DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana



**Levy Lee
150910115**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah saya:

Nama : Levy Lee
NPM/NIP : 150910115
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA MASKAPAI LION AIR DI KOTA
BATAM**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak ada 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 naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik 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, 03 Agustus 2019

Levy Lee
150910115

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
MASKPAI LION AIR DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana

Oleh:

Levy Lee
150910115

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal seperti tertera di bawah ini

Batam, 03 Agustus 2019

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

ABSTRAK

Berkembang pesatnya industri transportasi saat ini, semakin sulit bagi perusahaan untuk bersaing dalam hal merebut konsumen atau pelanggan dan juga mempertahankan pangsa pasar yang ada. Kualitas pelayanan yang baik bisa dilihat dari kepuasan konsumen. Selain kualitas pelayanan, tinggi atau rendahnya harga yang diberikan atau dipasarkan juga berperan penting pada kepuasan konsumen, oleh karena itu perusahaan jasa harus memprioritaskan kepuasan konsumen terutama pada kualitas pelayanan dan harga yang diberikan kepada konsumen. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada maskapai Lion Air di kota Batam. Metode pengumpulan data yaitu kuesioner dan responden yang digunakan sebagai sampel dengan menggunakan metode *simple random sampling* penelitian ini berjumlah 200 orang. Uji kualitas data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji pengaruh dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dan analisis determinasi (R^2), sedangkan uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan (uji t) dan (uji F). Data akan diproses dengan bantuan menggunakan program SPSS versi 25. Hasil penelitian dari analisis deskriptif dan analisis linear berganda menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil uji F, peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The rapid development of the transportation industry, it is increasingly difficult for companies to compete in terms of seizing consumers and maintaining existing market share. Good service quality can be seen from customer satisfaction. In addition to quality service, high or low prices provided or marketed also play an important role in customer satisfaction. Therefore service companies must prioritize customer satisfaction, especially in the services and prices provided. The purpose of this study is to determine the service quality and price on consumer satisfaction of Lion Air airline in the city of Batam. Methods of data collection is by questionnaire and respondents is 200 people to used as samples by using simple random sampling method of this study. Data quality test in this research use validity test and reliability test, classical assumption test and influence test in this research using multiple linear regression analysis and coefficient of determination analysis (R^2), while hypothesis test in this study using (t test) and (F test) by using software program SPSS Version 25. The result of multiple linear regression test showed that service quality and price had effect on consumer satisfaction. From the result of t test and F test, it can be concluded that service quality and price has significant and simultaneously effect on consumer satisfaction.

Keywords : *Service Quality, Price, Consumer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala limpahan Rahmat 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. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Ibu Rizki Tri Anugrah Bhakti, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang telah mendampingi dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi pendidikan.
6. Orang Tua dan Keluarga lainnya yang selalu memberikan nasihat dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Teman - teman dan sahabat yang selalu mendukung dan menjadi penyemangat dalam pembuatan skripsi ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan belas kasihnya.

Batam, 03 Agustus 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang.....	1
1.2.Indentifikasi Masalah	5
1.3.Batasan Masalah.....	5
1.4.Perumusan Masalah.....	5
1.5.Tujuan Penelitian.....	6
1.6.Manfaat Penelitian.....	6
1.6.1.Manfaat Teoritis	6
1.6.2.Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1.Teori Dasar	8
2.1.1. Kualitas Pelayanan	8
2.1.1.1.Pengertian Kualitas Pelayanan	8
2.1.1.2.Dimensi Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.1.3.Karakteristik Kualitas Pelayanan	10
2.1.2.Harga	11

2.1.2.1.Pengertian Harga	11
2.1.2.2.Penetapan Harga	12
2.1.2.3.Metode Penetapan Harga.....	13
2.1.2.4.Indikator Harga.....	14
2.1.3.Kepuasan Konsumen	15
2.1.3.1.Pengertian Kepuasan Konsumen	15
2.1.3.2.Dimensi Pengukuran Kepuasan Konsumen	15
2.1.3.3.Indikator Kepuasan Konsumen	17
2.2.Penelitian Terdahulu.....	17
2.3.Kerangka Pemikiran	18
2.4.Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1.Desain Penelitian	21
3.2.Operasional Variabel	21
3.2.1.Variabel Independen.....	21
3.2.2.Variabel Dependen	22
3.3. Populasi dan Sampel.....	23
3.3.1.Populasi	23
3.3.2.Sampel	23
3.4.Teknik Pengumpulan Data	24
3.4.1.Jenis-Jenis Pengumpulan Data	24
3.4.2.Metode Pengumpulan Data	24
3.4.3.Instrumen Penelitian.....	25
3.5.Metode Analisis Data	25
3.5.1.Analisis Deskriptif.....	25
3.5.2.Uji Kualitas Data	26
3.5.2.1.Uji Validitas.....	26
3.5.2.2.Uji Reliabilitas.....	26
3.5.3.Uji Asumsi Klasik	27
3.5.3.1.Uji Normalitas	27
3.5.3.2.Uji Multikolinearitas	27

3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas	28
3.5.4. Uji Pengaruh	28
3.5.4.1. Analisis Regresi linear Berganda	28
3.5.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	29
3.5.5. Uji Hipotesis	29
3.5.5.1. Uji T (Regresi Parsial)	29
3.5.5.2. Uji F (Regresi Simultan)	30
3.6. Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian	30
3.6.1. Lokasi Penelitian	30
3.6.2. Jadwal Penelitian	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Profil Responden	31
4.1.1. Karakteristik Responden	31
4.1.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
4.1.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	31
4.1.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	32
4.1.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	33
4.1.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Berpergian	34
4.1.1.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Telah Menggunakan Lion Air ..	34
4.1.2. Analisis Deskriptif	35
4.1.3. Hasil Penelitian	37
4.1.3.1. Uji Validitas	37
4.1.3.2. Uji Reliabilitas	38
4.1.4. Uji Asumsi Klasik	39
4.1.4.1. Uji Normalitas	39
4.1.4.3. Uji Heteroskedastisitas	42
4.1.5. Uji Pengaruh	43
4.1.5.1. Analisis Regresi Linear Berganda	43
4.1.5.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	44
4.1.6. Uji Hipotesis	45
4.1.6.1. Uji T (Regresi Parsial)	45

4.1.6.2.Uji F (Regresi Simultan)	46
4.2.Pembahasan	47
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1.Simpulan.....	49
5.2.Saran	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4.1 Histogram	39
Gambar 4.2 P-P Plot	40

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Harga Perbandingan Tiket Pesawat Rute Batam – Jakarta	3
Tabel 1.2 Harga Bagasi <i>Check-in</i> /bagasi Tambahan Maskapai Lion Air	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Skala Likert	25
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian.....	30
Tabel 4.1 Data Berdasarkan Jenis Kelami.....	31
Tabel 4.2 Data Berdasarkan Usia	32
Tabel 4.3 Data Berdasarkan Pekerjaan	32
Tabel 4.4 Data Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	33
Tabel 4.5 Data Berdasarkan Alasan Bepergian	34
Tabel 4.6 Data Berdasarkan telah Menggunakan Lion Air	35
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas Pelayanan	36
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Harga	36
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Kepuasan Konsumen.	37
Tabel 4.10 Uji Validitas	38
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas.....	38
Tabel 4.12 Uji Normalitas <i>One-Sample KolmogorovSmirnov Test</i>	41
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas	42
Tabel 4.14 Uji Heteroskedastisitas	42
Tabel 4.15 Analisis Regresi Linear Berganda	43
Tabel 4.16 Analisis Koefisien Determinasi.....	44
Tabel 4.17 Uji T	45
Tabel 4.18 Uji F.....	46

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Regresi Linear Berganda.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	54
Lampiran 2 Penelitian Terdahulu	57
Lampiran 3 Uji Validitas	58
Lampiran 4 Uji Reliabilitas	61
Lampiran 5 R-Tabel	62
Lampiran 6 T-Tabel	66
Lampiran 7 F-Tabel	71
Lampiran 8 Surat Izin Penelitian	76
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup	77

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota Batam merupakan salah satu kota yang berada di Provinsi Kepulauan Riau, dan terletak di wilayah pengembangan segitiga Singapore – Johor – Riau yang merupakan kawasan khusus dikembangkan untuk sektor industri, ahli kapal, dan pariwisata. Kota Batam merupakan salah satu kota yang maju akan bidang pariwisatanya, dikarenakan kota Batam mempunyai letak geografis yang bagus. Untuk mendukung program tersebut, sektor transportasi udara mempunyai peranan yang sangat penting sebagai penghubung dan pendukung perpindahan penumpang maupun barang dari suatu tempat ke tempat yang lain, terutama menuju ke kota Batam.

Kota Batam yang memiliki bandar udara yang bernama Bandar Udara Internasional Hang Nadim yang terletak dikelurahan Batu Besar kecamatan Nongsa. Bandar udara ini mendapatkan nama dari Laksamana Hang Nadim yang termahsyur dari Kesultanan Malaka. Bandar udara ini memiliki landas pacu sepanjang 4.025 meter yang menjadikan bandara ini sebagai pemilik landas pacu terpanjang di Indonesia. Dengan kondisi saat ini, bandara Hang Nadim dapat menampung 18-pesawat.

Perkembangan kualitas pelayanan maskapai penerbangan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Kecenderungan meningkatnya mobilitas penduduk, baik untuk bekerja, kunjungan keluarga, maupun wisata,

seiring meningkatnya daya beli masyarakat, mendongkrak persepsi harga tersendiri bagi konsumen.

Menurut Harjati & Vanesia (2015: 7) kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Di era ini harga berperan penting, dikarenakan orang-orang tidak hanya melihat kualitas pelayanan yang diberikan tetapi juga harga yang sesuai pendapatan atau anggaran masing-masing. Tjahya & Moch (2016: 2) menyatakan bahwa harga adalah suatu imbalan yang berupa pembayaran yang diterima dikarenakan telah menerima suatu produk atau jasa.

Kepuasan konsumen itu sangat penting, dikarenakan konsumen yang telah menggunakan jasa akan berkunjung kembali atau tidak tergantung kualitas pelayanan yang diberikan. Tjiptono dan Chandra (2011: 292) mendeskripsikan kepuasan sebagai perasaan yang menyenangkan yang dimiliki saat mendapatkan sesuatu atau ketika sesuatu yang diinginkan terjadi dan aksi terpenuhinya kebutuhan dan keinginan.

Lion air adalah maskapai penerbangan swasta terbesar di Indonesia, dimana maskapai penerbangan ini didirikan pada Oktober 1999. Selama ini Lion Air telah melayani rute penerbangan dari dan ke menuju Kota Batam dari Jakarta, Yogyakarta, Bandung, Padang, Medan, Jambi, Palembang, Pekanbaru, Surabaya,

dan lain lain. Dalam melayani berbagai rute, Lion Air memberikan pelayanan kepada penumpang dengan kelas ekonomi dan bisnis pada beberapa rute. Penggunaan jasa angkutan udara merupakan pihak yang paling berhak untuk menilai dan mengevaluasi kualitas pelayanan yang mereka terima dari pihak perusahaan angkutan udara,hal ini tentu tidak mudah.

Di zaman sekarang masyarakat sangat memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan, seperti yang penulis ketahui bahwa maskapai Lion Air mengalami keterlambatan melebihi jam berangkatan, salah satu contoh adalah penerbangan dari kota Batam menuju kota Jakarta pada tanggal 06/07/2018 yang mengalami gangguan teknis pada pesawat Lion Air jenis Airbus A.330/PK-LEG JT-371 dan terpaksa kembali mendarat ke Bandar Udara Internasional Hang Nadim. (Sumber : www.batam.tribunnews.com)

Seperti yang penulis ketahui bahwa harga maskapai Lion Air lebih mahal dari maskapai penerbangan bertarif rendah lainnya.

Tabel 1.1 Harga Perbandingan Tiket Pesawat Rute Batam-Jakarta

No.	Tanggal	Harga		
		Lion Air	Citilink	Sriwijaya
1	1-7 Juli 2019	Rp 1,560,250	Rp 1,627,850	Rp 1,490,600
2	8-14 Juli 2019	Rp 1,459,100	Rp 1,445,343	Rp 1,490,600
3	15-21 Juli 2019	Rp 1,409,100	Rp 1,411,400	Rp 1,490,600
4	22-28 Juli 2019	Rp 1,509,214	Rp 1,411,400	Rp 1,490,600
5	29-31 Juli 2019	Rp 1.542,700	Rp 1,411,400	Rp 1,490,600

Sumber : www.tiket.com

Seperti yang penulis ketahui bahwa maskapai Lion Air telah mengubah kebijakan harga bagasi *check-in*, pada tanggal 22/01/2019 telah diberlakukan

bagasi berbayar yang tidak seperti dahulunya mendapatkan gratis bagasi seberat 20 kg. Tidak seperti maskapai penerbangan bertarif rendah seperti *Citilink* dan *Sriwijaya* yang masi memberi gratis bagasi *check-in*. Berikut dilampirkan tabel harga bagasi *check-in*/bagasi tambahan maskapai Lion Air.

Tabel 1.2 Harga bagasi *check-in*/bagasi tambahan maskapai Lion Air

Berat	Harga
5 kg	Rp. 155.000
10 kg	Rp. 310.000
15 kg	Rp. 465.000
20 kg	Rp. 620.000
25 kg	Rp.775.000
30 kg	Rp. 930.000

Sumber : www.tribunnews.com

Menurut Puspita & Kaihatu (2017: 20) *“From the finding and discussion of this study, it can be concluded that tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy and price has affected positively and significantly toward customers’ satisfaction as a whole.”* Dari pembahasan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa berwujud, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan harga telah mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan diatas, maka perlu dilakukan penelitian yang berkelanjutan tentang : **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MASKAPAI LION AIR DI KOTA BATAM”** .

1.2. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang diuraikan sebelumnya dapat diidentifikasi masalah-masalah yang muncul kaitannya dengan tema penelitian ini, diantaranya adalah :

1. Maskapai Lion Air mengalami keterlambatan berangkat.
2. Harga bagasi maskapai Lion Air yang membayar, melainkan maskapai lainnya yang masi menggratiskan bagasi sebesar 20 kg.
3. Harga tiket pesawat rute batam-jakarta yang lebih mahal dari maskapai lainnya.

1.3. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar penulisan skripsi dapat memberikan pemahaman yang terarah sesuai dengan yang diharapkan. Batasan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Luas lingkup hanya meliputi informasi seputar kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen.
2. Peneliti akan membagikan kuesioner untuk konsumen yang pernah menggunakan jasa maskapai Lion Air sebelumnya.
3. Data akan diambil dari masyarakat kota Batam.

1.4. Perumusan Masalah

Dari identifikasi masalah yang muncul kaitannya dengan tema penelitian ini, diantaranya adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada maskapai Lion Air di kota Batam ?

2. Bagaimanakah pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada maskapai Lion Air di kota Batam ?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada maskapai Lion Air di kota Batam ?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisa pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada maskapai Lion Air di kota Batam.
2. Menganalisa pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada maskapai Lion Air di kota Batam.
3. Menganalisa pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada maskapai Lion Air di kota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis yaitu:

1.6.1. Manfaat Teoritis

1. Dapat mendalami pengetahuan dan memperluas wawasan penulis tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Memberi andil bagi ilmu pengetahuan terutama pada bidang manajemen pemasaran dengan memberi ide maupun masukan terhadap kesulitan yang dihadapi serta dapat dijadikan sebagai referensi bahan penelitian selanjutnya.
2. Bagi peneliti dapat menambah pengetahuan bagi bekal dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh kuliah dalam dunia kerja sesungguhnya.
3. Bagi almameter hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bacaan bagi semua pihak.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Dasar

2.1.1. Kualitas Pelayanan

2.1.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Panjaitan & Yulianti (2016: 5) kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan pelayanan yang dihasilkan perusahaan.

Menurut Putri & Utomo (2017: 4) kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.

Affandi, Zaki & Azmeri (2017: 3) Berpendapat bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan atau konsumen. Dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dipersepsikan. Implikasi baik atau buruk kualitas jasa tergantung kepada kemampuan penyediaan jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Kualitas pelayanan menurut Lubis & Andayani (2017: 3) adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat

berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat Spada kepemilikan barang atau jasa apapun dan terhadap siapapun. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pelanggan atau konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan atau konsumennya.

2.1.1.2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Setyowati & Chulaifi (2018: 3) dimensi kualitas pelayanan terdapat lima yaitu :

1. Reliabilitas atau keandalan, merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan kepada konsumen atau pelanggan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan pelayanan sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya tanggap, merupakan suatu yang berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para konsumen atau pelanggan dan merespon permintaan-permintaan para konsumen atau pelanggan, serta menginformasikan waktu pelayanan akan diberikan dan kemudian memberikan pelayanan secara cepat.
3. Jaminan, merupakan perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen atau pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman dan nyaman bagi konsumen atau pelanggannya.
4. Empati, bahwa suatu perusahaan memahami masalah para konsumen atau pelanggannya dan bisa bertindak demi kepentingan konsumen atau

pelanggannya, serta memberi perhatian personal atau lebih kepada para konsumen atau pelanggan dan memiliki jam operasional yang nyaman.

5. Bukti Fisik, berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

2.1.1.3. Karakteristik Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2012: 28) kualitas pelayanan memiliki empat karakteristik, yaitu :

1. Tidak Berwujud

Jasa adalah tidak nyata, tidak sama dengan produk yaitu barang. Jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, dibaui, atau didengar sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli jasa akan mencari tanda atau bukti dari kualitas jasa, yakni dari tempat, orang, peralatan, alat komunikasi, simbol, dan harga yang mereka lihat. Karena itu, tugas penyedia jasa adalah mengelola bukti ini mewujudkan yang tidak berwujud.

2. Tidak Terpisahkan

Pada umumnya jasa yang dihasilkan dan dirasakan pada waktu bersamaan, untuk selanjutnya apabila dikehendaki oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa.

3. Bervariasi

Jasa sangat bervariasi karena tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut disediakan.

4. Mudah lenyap

Jasa adalah sesuatu yang tidak dapat di simpan. Daya tahan suatu jasa tidak akan menjadi masalah bila permintaan selalu ada dan pasti, karena menghasilkan jasa dimuka adalah mudah. Bila permintaan berubah-ubah naik dan turun, maka masalah yang sulit akan segera muncul.

2.1.2. Harga

2.1.2.1. Pengertian Harga

Menurut Rivai & Wahyudi (2017: 4) harga adalah suatu atribut paling penting yang akan dievaluasi oleh konsumen atau pelanggan, harus benar-benar menyadari peran tersebut dalam pembentukan sikap konsumen. Pada kondisi tertentu konsumen atau pelanggan akan sangat sensitif terhadap harga, sehingga harga suatu produk yang relatif lebih tinggi dibandingkan para pesaingnya dapat mengeliminasi produk dari pertimbangan konsumen atau pelanggan.

Menurut Tjahya & Moch (2016: 2) menyatakan bahwa harga adalah suatu imbalan yang berupa pembayaran yang diterima dikarenakan telah menerima suatu produk atau jasa.

Menurut Razak, Nirwanto & Triatmanto (2016: 3) *“How customers perceive a certain price, in which the high-low price of a product can be a significant effect on a customer intention to purchase the product. Customer will give an attention to the price paid by other customers, no one is happy to pay more cash compared to other customers. The fairness of the price will influence the perception of the customers and it ultimately will influence their willingness to become a customer.”* Bagaimana konsumen memandang suatu harga tertentu, dimana harga tinggi-

rendah suatu produk dapat berpengaruh signifikan terhadap niat konsumen untuk membeli produk. Konsumen akan memperhatikan harga yang dibayarkan oleh konsumen lainnya, tidak ada yang senang membayar lebih tinggi harganya dibandingkan dengan konsumen lainnya. Keadilan harga akan mempengaruhi persepsi konsumen dan pada akhirnya akan mempengaruhi kesediaan mereka untuk menjadi konsumen.

2.1.2.2. Penetapan Harga

Menurut Oentoro (2012: 151) ada 4 strategi penetapan harga yaitu sebagai berikut:

1. Strategi penentuan harga pada produk atau jasa
 - a. Strategi *Skimming*, penetapan harga yang tinggi di awal dan akan di turunkan pada kurun waktu.
 - b. Strategi penetrasi, penetapan dengan harga yang murah atau rendah sehingga konsumen dapat loyal terhadap jasa atau produk tersebut.
2. Strategi penentuan harga yang mempengaruhi psikologis konsumen
 - a. Strategi prestis, penetapan harga yang tinggi dengan tujuan untuk membangun citra merek dari produk tersebut.
 - b. Strategi harga ganjil, pada penetapan harga ini secara tidak langsung psikologi konsumen mengira bahwa harga yang ditetapkan lebih murah tetapi produsen hanya menurunkan sedikit dari harga asli.
 - c. Strategi harga rabat, penetapan tersebut penjual memberi potongan harga kepada konsumen yang membeli produk dalam jumlah kuantitas yang banyak.

- d. Strategi harga lini, suatu produk yang produksi dari produsen yang sama tetapi adanya perbedaan pada harga tersebut.
 - e. Strategi pemimpin harga, dengan tujuan meningkatkan omzet penjualan maka penjual atau produsen secara sengaja menurunkan harga menjadi lebih rendah atau dibawah pasaran.
3. Strategi penentuan harga diskon
- Di dalam strategi tersebut, produsen atau pemberi jasa maupun barang memberikan potongan harga terhadap konsumen atau pemakai jasa dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan dan daya tarik konsumen.
4. Strategi penentuan harga kompetitif
- a. Strategi harga relatif, produsen menentukan harga produk dengan cara mengikuti harga kompetitor.
 - b. Strategi harga mengikuti pemimpin, pada penetapan ini produsen harus mengikuti harga yang di tentukan oleh pemimpin pasar.

2.1.2.3. Metode Penetapan Harga

Berikut beberapa penetapan harga menurut Oentoro (2012: 165)

1. Penetapan Harga *Mark-up*
Suatu biaya yang dikeluarkan dengan tujuan membeli suatu produk agar dijual kembali dengan menambahkan *mark-up* untuk mendapat keuntungan.
2. Penetapan Harga Menurut Tingkat Sasaran
Perusahaan menentukan harga sesuai dengan tujuannya.
3. Penetapan Harga Menurut Pandangan Konsumen
Harga ditetapkan dengan kesesuaian konsumen.

4. Penetapan Harga Menurut Harga Pasar

Harga yang ditentukan berdasarkan kompetitor yang ada.

5. Penetapan Harga Dalam Sampul Tertutup

Pengajuan penawaran dalam bentuk tertutup untuk instansi dan lainnya.

2.1.2.4. Indikator Harga

Berikut adalah empat indikator harga menurut Albani (2018: 4) :

1. Keterjangkauan Harga

Harga yang ditetapkan harus terjangkau oleh konsumen.

2. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk

Penetapan harga harus sesuai dengan kualitas produk atau jasa yang ada.

3. Kesuaian Harga dengan Manfaat Produk

Konsumen akan menggunakan atau membeli suatu produk atau jasa jika bermanfaat baginya, konsumen akan membeli produk atau jasa tersebut jika konsumen merasa produk atau jasa memiliki manfaat yang setara atau lebih dari harga yang dipasarkan, maka konsumen akan melakukan pembelian kembali atas produk atau jasa.

4. Daya Saing Harga

Sebelum melakukan pembelian, konsumen akan melakukan perbandingan harga terhadap produk yang akan dibeli, dalam hal tersebut konsumen akan sangat mempertimbangkan tinggi rendahnya harga pada produk yang akan dibeli.

2.1.3. Kepuasan Konsumen

2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Firatmadi (2017: 14) kepuasan konsumen bukanlah konsep yang baru. Di abad ke-20 ini sudah banyak praktisi bisnis diseluruh dunia, memahami bahwa kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting. Secara umum pengertian kepuasan konsumen atau ketidakpuasan konsumen merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Menurut pandangan ini maka kepuasan konsumen berarti bahwa kinerja suatu barang sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan.

Menurut Kotler & Keller (2009: 180) kepuasan adalah suatu perasaan senang atau kecewa seorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk terhadap ekpetasi mereka.

Menurut Sarie (2018: 4) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil kerja yang dirasakan, dibandingkan dengan harapan. Konsumen atau pelanggan mengalami berbagai tingkat kepuasan dan ketidakpuasan setelah mengalami masing-masing jasa sesuai dengan jauh mana harapan konsumen telah terpenuhi.

2.1.3.2. Dimensi Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler & Keller (2012: 58) ada beberapa metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi jasa yang berorientasi pada konsumen atau pelanggan wajib untuk memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para konsumen atau pelanggan untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka. Informasi yang didapatkan dari metode ini dapat menjadi masukan yang berharga bagi perusahaan sehingga memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat dalam mengatasi masalah yang akan timbul.

2. *Ghost/Mystery Shopping*

Salah satu metode untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen atau pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan sebagai pelanggan potensial terhadap pembelian produk perusahaan dan produk perusahaan pesaing. Kemudian mereka diminta untuk melaporkan temuan penting mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk atau jasa perusahaan pesaing

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan akan menghubungi para konsumen atau pelanggan yang telah berhenti membeli produk atau jasa dan telah berpindah pemasok, agar dapat memahami mengapa konsumen atau pelanggan tersebut berpindah ke tempat lain dan dapat mengambil kebijaksanaan atau penyempurnaan selanjutnya.

4. Survei Kepuasan Konsumen

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei baik melalui pos, telepon, email, website maupun wawancara

secara langsung. Melalui survei perusahaan ini akan memperoleh tanggapan atau saran dan umpan balik secara langsung.

2.1.3.3. Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator kepuasan konsumen menurut Adinugraha & Michael (2015: 4) :

1. *Fullfilment*

Suatu perasaan senang akan salah satu kebutuhan telah terpenuhi sesuai ekpetasi, kepuasan juga dapat dihubungkan dengan jenis lain dari perasaan, tergantung pada konteks tertentu.

2. *Pleasure*

Perasaan konsumen atau pelanggan yang merasa senang dengan rasa bahagia terhadap apa yang akan diterima.

3. *Ambivalenc*

Pengalaman unik yang dirasakan oleh konsumen atau pelanggan dimana ketika ada campuran pengalaman positif dan negatif yang terkait dengan produk atau jasa.

2.2. Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah beberapa literatur dan penelitian terdahulu tentang :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Kesimpulan
1	Rena Febrita Sarie (2018)	Analisis pengaruh keberagaman produk, persepsi harga, promosi penjualan terhadap kepuasan konsumen hypermarket	1. Keragaman produk 2. Persepsi Harga 3. Promosi Penjualan 4. Kepuasan Konsumen	Hasil uji regresi linear berganda secara simultan ditemukan bahwa seluruh variabel indenpent (Keberagaman produk, Persepsi harga, Promosi penjualan) bepergaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di

		pakuwonSupermalldi surabaya		Hypermarket Supermall Pakuwon di Surabaya.
2	Dora Rinova & Fenny Meilani (2018)	Pengaruh persepsi, kualitas pelayanan, harga, dan suasana cafe terhadap kepuasan konsumen pada konsumen kedai sususapi murni di bandar lampung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Pelayanan 2. Harga 3. Suasana Cafe 4. Kepuasan Konsumen 	Secara parsial variabel persepsi konsumen tentang kualitas pelayanan, Harga, suasana cafe berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3	Agung Firatmadi (2017)	Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan (Studi Kasus PT. Pelita Air Service)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Pelayanan 2. Persepsi Harga 3. Kepuasan pelanggan 4. Loyalitas 	Setelah dilakukan kajian yang komprehensif ternyata faktor kualitas Pelayanan, persepsi harga memberikan pengaruh yang cukup berarti terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas.
4	Lily Harjati & Yurike Venesia (2015)	Pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Tiger Air Mandala	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Layanan 2. Persepsi Harga 3. Kepuasan Pelanggan 	Kualitas layanan dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Tiger Air Mandala.
5	Herri Affandi, Muhamad Zaki & Azmeri (2017)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan daerah air minum (PDAM) tirta mon pase kabupaten aceh utara.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Pelayanan 2. Kepuasan Pelanggan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Mon Pase adalah faktor menunjukkan kesungguhan. 2. Hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Mon Pase untuk faktor pelayanan bersifat nyata, faktor dapat dipercaya, dan faktor dapat menjamin mempunyai hubungan yang tinggi secara parsial sementara faktor bersikap tanggap dan faktor menunjukkan kesungguhan mempunyai hubungan yang sangat tinggi volume.

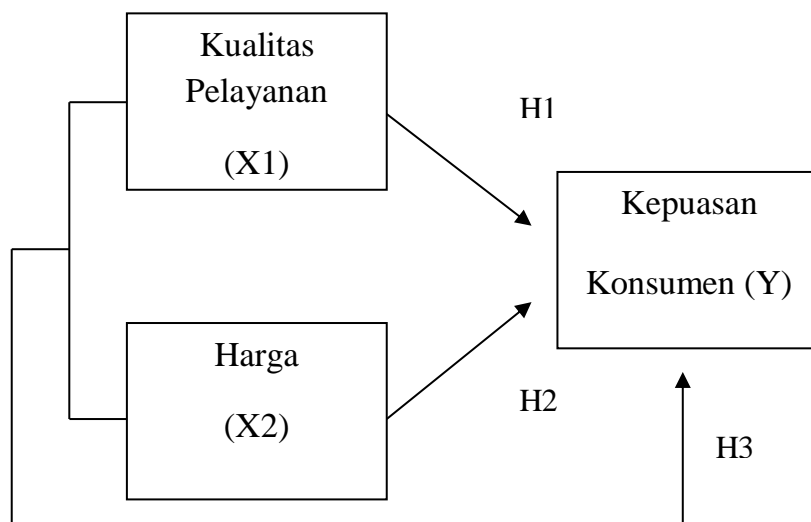
Sumber : Data Sekunder, 2019

2.3. Kerangka Pemikiran

Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan atau konsumennya, sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Sulistyawati & Seminari (2015: 12)

Apabila konsumen merasa puas pada kualitas layanan dan harga yang diberikan, maka konsumen akan menunjukkan besarnya kemungkinan melakukan pembelian ulang pada produk tersebut. Konsumen yang puas juga akan cenderung memberikan komentar yang baik terhadap produk/jasa dan perusahaan serta merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain menurut Marati (2016: 11). Sebuah bentuk atau pola yang muncul dari uraian beberapa konsep yang akan diteliti yang menjelaskan hubungan antara variabel dependen dan independen. Sujarweni (2014: 60)

Sesuai landasan teori diatas, maka peneliti merumuskan suatu kerangka pemikiran untuk memudahkan pemahaman yang digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber : Peneliti (2019)

2.4. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas serta tinjauan pustaka yang jelas diatas maka hipotesis dari penelitian ini adalah :

H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada maskapai Lion Air di kota Batam.

H2 : Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada maskapai Lion Air di kota Batam.

H3 :Kualitas Pelayanan dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pada maskapai Lion Air di kota Batam.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan pedoman dalam rancangan penelitian untuk melakukan proses penelitian. Desain penelitian diperlukan dengan tujuan agar data dan informasi yang diperoleh lengkap. Sugiyono (2016: 2)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, karena data penelitian berupa angka dan analisis menggunakan statistik. Sugiyono (2016: 7)

3.2. Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2017: 38) secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau objek, yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain. Variabel juga dapat merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu. Dalam penelitian ini terdapat dua macam variabel yaitu : variabel independen dan variabel dependen.

3.2.1. Variabel Independen

Variabel independen ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas (X) menurut Sugiyono (2017: 39). Dalam penelitian ini indikator atau dimensi yang dapat digunakan oleh penulis dari variabel kualitas pelayanan (X₁) dan variabel harga (X₂).

Indikator atau dimensi variabel kualitas pelayanan menurut Setyowati & Chulaifi (2018: 3) :

1. Reliabilitas atau keandalan,
2. Daya tanggap
3. Jaminan
4. Empati
5. Bukti Fisik

Indikator atau dimensi variabel harga menurut Albani(2018: 4) yaitu :

1. Keterjangkauan Harga
2. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk
3. Kesuaian Harga dengan Manfaat Produk
4. Daya Saing Harga

3.2.2. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2017: 39) variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Dalam penelitian ini indikator atau dimensi yang dapat digunakan oleh penulis dari variabel kepuasan konsumen (Y).

Indikator atau dimensi variabel kepuasan konsumen menurut Adinugraha & Michael (2015: 4) yaitu :

1. *Fullfilment*
2. *Pleasure*

3. *Ambivalence*

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2015: 148) dalam buku statistik untuk penelitian menyatakan bahwa “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian untuk di tarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang telah pernah menaiki maskapai Lion Air dan cukup umur.

3.3.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016: 81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut. Dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui, maka besarnya sample diambil dengan menggunakan perbandingan 1:10, dimana setiap 1 item pertanyaan mewakili 10 responden. Dalam penelitian ini terdapat 12 item pertanyaan sehingga jumlah responden minimum untuk sample penelitian ini adalah sebanyak 120 responden. Namun untuk menghindarin adanya kuisoner yang tidak valid, maka jumlah kuisoner yang disebarkan sebanyak 200 kuisoner kepada responden. Hair, William, Barry & Anderson (2014 : 171).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *probability sampling* dengan *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah pengambilan anggota

sample dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu subjek dari mana data tersebut diperoleh. Data dalam penelitian ini adalah

3.4.1. Jenis-Jenis Pengumpulan Data

Jenis-jenis pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Data Primer

Menurut Sanusi (2011: 104) data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Peneliti membagikan kuesioner kepada orang yang telah pernah menaiki maskapai Lion Air dan cukup umur.

2. Data Sekunder

Data sekunder menurut Sanusi (2011: 104) adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain. Data ini diperoleh dari dokumen-dokumen yang diperlukan saat penyusunan penelitian ini.

3.4.2. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuesioner (angket) dimana dengan metode ini lebih praktis digunakan dan dibagikan ke responden. Selain itu kuesioner atau angket dibagikan kepada responden semua pertanyaan

sama dan responden dapat menjawab kuesioner atau angket tersebut dengan waktu yang efektif.

3.4.3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket, yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari variabel penelitian. Untuk menjamin data tersebut validitas dan reabilitas maka akan di uji validitas dan reabilitas instrumen. Pengolahan data akan dilakukan dengan bantuan SPSS dan Skala yang digunakan adalah Skala Likert dimana dimulai dari sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (5).

Tabel 3.1 Skala Likert

Pertanyaan	Bobot
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Ragu-Ragu (RR)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : Sugiono (2016: 94)

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif berupaya untuk memberikan sebuah perkiraan dari karakteristik dari variabel independen dan dependen. Dimana variabel independen adalah kepuasan konsumen dan variabel dependen adalah kualitas pelayanan dan harga. Penggunaan skor yang dikembangkan dalam skala *Likert*.

3.5.2. Uji Kualitas Data

Sebelum melakukan analisis data, terlebih dahulu harus dilakukan uji kualitas data. Dimana uji kualitas data dibagi menjadi 2 (dua) yaitu:

3.5.2.1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2013: 52) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Menurut Ghozali (2013: 53) menyatakan bahwa Uji validitas dilakukan dengan melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variable. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom $(df)=n - 2$, dalam hal ini n adalah jumlah sample. Jika r hitung lebih besar dari r table dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dikatakan valid.

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Dalam hal reliabilitas, Sugiyono (2016: 268) menyatakan bahwa "*reliability is often defibed as the consistency and stability of data or findings. From a positivistic perspective, reliability typically is considered to be synonymous with the consistency of sata produced by observations made by different times (e.g test retest), or by splitting a data set in two parts (split half)*" Reliabilitas berkenaan dengan dengan derajat konsistensi atau stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau

lebih peneliti dal objek yang sama menghasilkan hasil yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

Metode yang akan digunakan untuk menguji reliabilitas alat ukur adalah metode *Cronbach's Alpha*. Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikasi 0,05. Kriteria diterima dan tidaknya suatu data tabel reliabel atau tidak, jika nilai alpha lebih besar dari pada nilai kritis *product moment*, atau nilai r tabel. Wibowo (2012: 52)

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. salah satu pnegujian normalitas yang akan digunakan adalah teknik Kolmogorov Smirov. Pada uji Kolmogorov Smirov nilai residual terstandardisasi memiliki sebaran data normal jika nilai Kolmogorov-Smirov $Z < Z_{\text{tabel}}$ atau nilai $\text{Asymp.Sig (2-tailed)} > \alpha$.

3.5.3.2. Uji Multikolinearitas

Untuk melihat apakah adanya kolerasi antara variabel independen dilakukan uji multikolinearitas. Model regresi yang bagus tidak boleh memiliki korelasi antara variabel indenpenden. Menurut Wibowo (2012: 87) apabila nilai torelansi lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka data dikatakan bebas dari gejala multikolinearitas.

3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Wibowo (2012: 93) untuk menguji apakah dari satu pengamat ke pengamatan yang lain didalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian variabel dilakukan uji heteroskedastisitas. Model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas adalah model regresi yang baik.

Uji grafik plot, uji park, uji glejter, dan uji white adalah beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas. Uji glejter digunakan dalam penelitian ini untuk mendeteksi apakah terjadi heteroskedastisitas. Data dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

3.5.4. Uji Pengaruh

3.5.4.1 Analisis Regresi linear Berganda

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. Sugiyono (2015 : 275)

Persamaan regresi untuk dua prediktor adalah

Rumus 3.1 Regresi Linear berganda

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Sumber : Sugiyono (2015)

Keterangan :

Y = variabel konstanta

a = nilai konstanta

b = nilai koefisien regresi

x_1 = variabel independen pertama

x_2 = variabel independen kedua

3.5.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dilakukan analisis koefisien determinasi. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Apabila nilai koefisien determinasi kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependenterbatas. Jika nilai hampir mendekati angka satu berarti variabel independen memperlihatkan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Ghazali (2013: 95)

3.5.5. Uji Hipotesis

3.5.5.1. Uji T (Regresi Parsial)

Untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen dapat mempengaruhi dan menerangkan variasi variabel independen, maka dilakukan uji t.

Apabila nilai t hitung lebih besar nilai t tabel maka variabel independen dikatakan berpengaruh parsial terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis

dilaksanakan dengan penggunaan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05). Ghozali (2013: 97)

3.5.5.2. Uji F (Regresi Simultan)

Untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen maka dilakukan uji f. Ghozali (2013: 98)

Apabila nilai f hitung lebih besar dari tabel berarti semua variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05 digunakan di dalam uji ini.

3.6. Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan pada kota Batam di kelurahan Lubuk Baja Kota.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu Maret 2019 sampai dengan Agustus 2019.

Tabel 3.2 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
	2019				2019				2019				2019				2019				2019			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Identifikasi Masalah	■	■	■	■																				
Tinjauan Pustaka					■	■	■	■																
Pengumpulan Data									■	■	■	■												
Pengolahan Data													■	■	■	■								
Analisis dan Pembahasan																	■	■	■	■				
Simpan dan Saran																					■	■	■	■

Sumber : Peneliti (2019)