
Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Cometech Indonesia Jakarta

Didin Solehudin

Universitas Bina Sarana Informatika

didin.dol@bsi.ac.id

Abstract

In various business activities including sales activities in the field of test equipment for quality control and quality assurance, customer satisfaction is a very important factor for business continuity in the future and may influence consumer loyalty. In this study aims to determine and explain the effect of service quality and price on customer satisfaction. The type of research used is explanatory research that uses a quantitative data approach that measures the correlation relationship between the dependent variable and the independent variable. By using an instrument in the form of a questionnaire and the use of a Likert scale in measuring each respondent variable. The population in this study are consumers who have purchased products at PT. Cometech Indonesia at least 1 purchase or more. The sample used in this study was 100 respondents which is a saturated sample, that is, the sample is determined according to the existing population. The tools used in this study in managing data using the SPSS application. The resulting empirical data shows that there is a relationship between the variables of service quality, price and customer satisfaction.

Keywords: service quality, price, customer satisfaction.

Abstrak

Dalam berbagai kegiatan bisnis termasuk kegiatan penjualan di bidang alat-alat uji untuk *quality control* dan *quality assurance*, kepuasan konsumen adalah faktor yang sangat penting bagi keberlangsungan bisnis dimasa depan dan kemungkinan dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian yang di gunakan adalah penelitian penjelasan yang menggunakan pendekatan data kuantitatif yang mengukur hubungan korelasi antara variabel dependen dan variabel independen. Dengan menggunakan instrumen berupa kuisioner serta penggunaan skala likert dalam mengukur setiap variabel Responden. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah membeli produk di PT. Cometech Indonesia minimal 1 kali pembelian atau lebih. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan sampel jenuh, yaitu sampel yang ditetapkan sesuai dengan jumlah populasi yang ada. Adapun *tools* yang digunakan dalam penelitian ini dalam mengelola data menggunakan aplikasi SPSS. Dihasilkan data empiris bahwa terdapat hubungan antara variabel kualitas layanan, harga terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: kualitas layanan, harga, kepuasan konsumen.

1. Pendahuluan

Revolusi yang sedang dihadapi saat ini. Meski dalam proses pembenahan, tetapi dampaknya sudah dirasakan. Industri 4.0 adalah tren utama didalam dunia industry yang menggabungkan teknologi otomatisasi dengan teknologi siber. Pada revolusi industry ini, tenaga manufaktur sudah menjadi tren otomasi dan pertukaran data meliputi system siber-fisik, cognitive computing dan lain-lain. Contoh penerapan industri 4.0 di Indonesia sendiri bisa kita temui di berbagai industri, seperti tekstil, otomotif, elektronik, kimia, hingga makanan dan minuman. Tujuan dari program revolusi industri 4.0 adalah untuk mendorong ekonomi Indonesia masuk ke dalam 10 besar dunia di tahun 2030, dengan meningkatkan kegiatan

ekspor (Savitri, 2019). Dampak dari revolusi industri 4.0 ini menyebabkan setiap kegiatan manufacturing harus melakukan standarisasi dan ISO tidak terkecuali bidang quality control dan quality assurance, ini yang menjadi sebuah peluang bagi suplayer -suplayer alat uji di Indonesia termasuk PT. Cometech Indonesia. Oleh sebab itu penulis mencoba untuk meneliti pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan dari konsumen, karena dilihat dari data Penjualan dalam 5 tahun terakhir di data internal PT. Cometech Indonesia sedikit ada penurunan dari tahun ke tahun ini yang menjadi latar belakang penulis untuk melakukan penelitian. Berikut pertumbuhan penjualan dari tahun 2018-2022.

Tabel 1. Data Penjualan dari Tahun 2018-2022

Tahun	Pendapatan /Tahun
2018	5.5 Milyar
2019	4 Milyar
2020	3,5 milyar
2021	2 milyar
2022	2.5 Milyar

Berdasarkan Tabel 1, dapat kita ketahui bahwa pendapatan dari tahun 2018- 2022 terjadi penurunan.

Untuk dapat bertahan dalam persaingan industri alat-alat uji yang sangat ketat ini, maka dibutuhkan tingkat kepuasan konsumen. Setiap perusahaan yang men-suplay alat-alat uji harus mengetahui tentang pentingnya menjaga konsumen tetap merasa puas, karena kepuasan konsumen merupakan variabel yang memiliki pengaruh besar terhadap loyalitas konsumen. Pada akhirnya loyalitas konsumen yang tinggi akan mendorong profitabilitas perusahaan. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan menyediakan pelayanan yang berkualitas yang membedakan dengan para pesaing. Kualitas pelayanan dan harga yang kompetitif menjadi faktor penting yang membedakan dengan para pesaing. Apabila konsumen merasa kualitas layanan yang diterimanya baik atau sesuai harapan, maka akan merasa puas, percaya dan mempunyai komitmen menjadi konsumen loyal.

Berdasarkan uraian di atas, penulis mencoba mengidentifikasi masalah yang terjadi berkaitan dengan fakta yang ada mengenai kepuasan konsumen sebagai berikut :

1. Kualitas Layanan di PT. Cometech Indonesia mengalami penurunan sejak tahun 2018.
2. Kepuasan konsumen mengalami penurunan dari tahun 2018, dimana kepuasan konsumen sangat dibutuhkan untuk dapat bertahan dalam persaingan yang sangat ketat
3. Loyalitas konsumen diduga mengalami penurunan yang ditandai dengan adanya penurunan profit tiap tahunnya.

Berdasarkan identifikasi masalah. Maka

rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Bagaimana pengaruh harga secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan dan harga secara bersama-sama mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen

Penelitian ini dibatasi pada variabel kualitas layanan, harga dan kepuasan konsumen karena ada keterbatasan waktu dan biaya, maka penelitian dilakukan terhadap konsumen PT. Cometech Indonesia.

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka maksud dari penyusunan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Cometech Indonesia Jakarta.

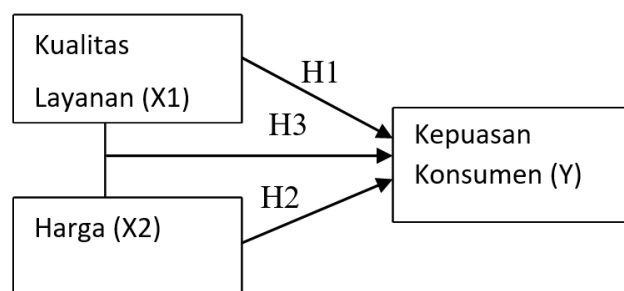
Adapun penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Cometech Indonesia Jakarta.
2. Untuk mengetahui Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Cometech Indonesia.
3. Untuk mengetahui kualitas layanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Cometech Indonesia.

2. Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti (Sugiyono, 2019: 93)

Berdasarkan berbagai model penelitian yang



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

sudah ada sebelumnya:

1. Andy, Raymond, (2020) dengan judul pengaruh kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Panca Daya Sukses. Hasilnya menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. (Andreas, 2022). Dengan judul pengaruh Promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada penggunaan *traveloka*. Hasilnya Promosi, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan. Maka terbentuklah kerangka pemikiran yang menganalisis pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Maka dapat dibuat satu konsep model kerangka pemikiran seperti terlihat pada gambar 1, di mana X1 sebagai variabel independen kualitas layanan, X2 sebagai variabel independen harga, Y sebagai variabel dependen kepuasan konsumen.

Dari kerangka pemikiran di atas maka Hipotesis yang diambil sebagai berikut:

1. H1 : Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Cometech Indonesia.
2. H2 : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Cometech Indonesia
- 3 H3 : Kualitas layanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Cometech Indonesia.

3. Metode Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian asosiasi yang dirancang untuk menentukan pengaruh antara dua variabel atau lebih. Ini berdasarkan teori (Sugiyono, 2016:16) yang menyatakan bahwa desain penelitian adalah suatu bentuk desain yang direncanakan yang ada pada penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan jawaban terhadap deskripsi penelitian. Rencana ini adalah program penelitian yang komprehensif.

Variabel-variabel dalam penelitian ini dapat didefinisikan menjadi 2 yaitu variabel independen, dan variabel dependen.

- 1) Variabel independen adalah variabel independen yang tidak dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini, variabel independen diwakili oleh konstruk kualitas layanan (X1) dan harga (X2)
- 2) Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain dalam suatu model. Dalam penelitian ini variabel dependen diwakili oleh konstruk loyalitas konsumen (Y1).

Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:39) yang dimaksud dengan populasi adalah kawasan yang terdiri dari objek atau subjek yang terpilih dengan keunggulan

tertentu sehingga penulis mengambil dan menetapkannya sebagai populasi yang diteliti pada penelitian ini. Penelitian ini menentukan untuk memakai seluruh konsumen PT. Cometech Indonesia yang berjumlah 100 konsumen sebagai populasinya. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan sampel jenuh. Sampel jenuh yaitu sampel yang di tetapkan sesuai dengan jumlah populasi yang ada. Jadi sampel yang ditetapkan berupa 100 konsumen. Ini sesuai dengan pendapat (Sugiyono, 2016:40) mengatakan bahwa sampel merupakan beberapa persentase dari seluruh populasi yang ditetapkan.

Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang akan dipergunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Data primer

Data primer adalah data yang diambil secara langsung dari sumbernya (Sunyoto, 2012: 27). Data primer dalam penelitian ini adalah data hasil kuesioner, wawancara dan observasi langsung. Kuesioner pada penelitian ini menggunakan skala Likert, peneliti harus merumuskan sejumlah pernyataan mengenai suatu topik tertentu, dan responden diminta untuk memilih atau menjawab apakah ia sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju (Morisson: 2012). Bobot nilai sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS) = 4

Setuju (S) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang digunakan untuk membantu dan melengkapi data dalam penelitian yang akan dilakukan ini. Data sekunder yang akan digunakan adalah buku, jurnal, artikel dan yang lain-lain yang dapat melengkapi. Sugiyono juga menyatakan data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Pratiwi: 2017).

4. Hasil dan Pembahasan Karakteristik Responden

Berikut ini disajikan data hasil perhitungan uji instrumen dengan uji validitas. Dengan hasil semua butir pernyataan variabel X1, X2 variabel harga dan Y kepuasan konsumen dikatakan valid karena r hitung $>$ r tabel sehingga instrumen ini layak untuk digunakan dalam penelitian.

Tabel 5 berikut ini adalah hasil uji reliabilitas dalam tabel ini disajikan seluruh variabel telah diajukan dalam uji instrumen ini.

Dari *output* uji reliabilitas menunjukkan nilai koefisien alpha α dari seluruh item instrumen $>$ 0,60 berarti semua item data (instrumen) dapat dipercaya keandalannya. dapat disimpulkan bahwa seluruh butir (item) yang digunakan adalah reliabel

Tabel 2. Hasil Validitas
Variabel X1 Kualitas layanan

No	Nornor Butir	r hitung	r tabel	Jumlah Item	Ket.
1	1	0,451	0,195	100	Valid
2	2	0.434	0.195	100	Valid
3	3	0,476	0,195	100	Valid
4	4	0.432	0,195	100	Valid
5	5	0,582	0,195	100	Valid
6	6	0,351	0,195	100	Valid
7	7	0,560	0,195	100	Valid
8	8	0,603	0,195	100	Valid
9	9	0,510	0,195	100	Valid
10	10	0,541	0,195	100	Valid
11	11	0,418	0,195	100	Valid
12	12	0,493	0,195	100	Valid
13	13	0,500	0,195	100	Valid
14	14	0,619	0,195	100	Valid
15	15	0,613	0,195	100	valid

Tabel 3. Hasil Validitas
Variabel X2 Harga

No	Nomor Butir	r hitung	r tabel	Jumlah Item	Ket
1	1	0,858	0,195	100	Valid
2	2	0,768	0,195	100	Valid
3	3	0.558	0.195	100	Valid

Tabel 4. Hasil Validitas
Varibel Y Keputusan Konsumen

No	Nomor Butir	r hitung	r tabel	Jumlah Item	Ket.
1		0,692	0,195	100	Valid
2		0,469	0,195	100	Valid
3	3	0,612	0,195	100	Valid

Tabel 5. Hasil Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	Kualitas Layanan	0,888	Reliabel
2	Harga	0,707	Reliabel
3	Kepuasan Konsumen	0,756	Reliabel

oleh karena itu, kuesioner yang digunakan dapat dikatakan layak sebagai instrumen untuk melakukan pengukuran.

Pembahasan

Dalam pembahasan, peneliti menyajikan data hasil pengolahan dengan alat SPSS. Uji Regresi

Linier Berganda. Uji analisis regresi linier berganda ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kualitas layanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji ini bisa dilihat pada tabel 6.

Dari Tabel 6 hasil pengolahan data diinput pada persamaan:

Tabel 6. Hasil Koefisien Regresi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.779	.823		5.809	.000
1 Kualitas Layanan	.081	.024	.457	3.363	.001
Harga	.219	.107	.277	2.043	.044

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

$$Y = 4,779 + 0,081X_1 + 0,219X_2$$

Keterangan :
X1 = Kualitas layanan X2 = Harga

Y = Kepuasan Konsumen a = Konstanta

b = Nilai Koefisien Regres

a = 4,779 maksudnya perubahan pada kualitas layanan dan harga 1 akan menaikkan kepuasan pelanggan sebesar 4,779.

b = 0.081 maksudnya kualitas layanan memberikann pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 0.081 dan koefisien variabel kualitas layanan memiliki nilai positif yang berarti terdapat hubungan yang positif terhadap kepuasan konsumen.

b = 0.219 maksudnya harga memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 0.219 dan koefisien variabel kualitas layanan memiliki nilai positif yang berarti terdapat hubungan yang positif terhadap kepuasan konsumen.

Koefisien Determinasi (R²)

Uji R² memiliki tujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel independen kualitas layanan (X1) dan harga (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen Kepuasan konsumen (Y) dalam bentuk persentase. Hasil koefisien determinasi (R²) dapat dilihat di Tabel 7.

Pada Tabel 7, hasil dari R²-nya adalah 0,501. Ini berarti persentase variabel kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas layanan dan harga sebesar 50.1% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Uji t

Uji t ini bertujuan untuk menjawab dari hipotesis, sebelum melakukan pengujian ini. Pengujian Hipotesis dilakukan dengan membandingkan antara r hitung dengan r tabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 8.

Berdasarkan tabel 8 dapat disimpulkan bahwa:

Tabel 7. Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 ^a	.501	.490	.82859

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Layanan

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.779	.823		5.809	.000
1 Kualitas Layanan	.081	.024	.457	3.363	.001
Harga	.219	.107	.277	2.043	.044

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

1. Nilai t hitung pada variabel kualitas layanan 3,363 > t tabel 2,000 atau nilai sig. t hitung 0,001 < 0,005. Dengan demikian secara parsial variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT. Cometech Indonesia.

2. Nilai t hitung pada variabel harga 2,043 > t tabel 2,000 atau nilai sig. t hitung 0,044 < 0,005. Dengan demikian secara parsial variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan konsumen di PT. Cometech Indonesia.

Uji F

Uji F pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji F dapat dilihat dari Tabel 9.

Berdasarkan Tabel 9, dapat disimpulkan bahwa F hitung 48,643 > dari F tabel 3.09 dan nilai

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	66.793	2	33.397	48.643	.000 ^b
Residual	66.597	97	.687		
Total	133.390	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Layanan

signifikannya r hitung $< r$ tabel yaitu $0,000 < 0,005$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan harga secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT. Cometech Indonesia.

5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Dari hasil analisis yang dibahas di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh positif yang signifikan. Karena nilai sig. hasil r hitung lebih kecil dari r tabel yaitu $0,001 < 0,005$ dan sisanya di pengaruhi oleh faktor lain. Dari segi harga memberikan pengaruh positif dan signifikan karena r hitung lebih kecil dari pada r tabel yaitu $0,044 < 0,05$ sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya dan kualitas layanan dan harga secara bersama sama atau simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT. Cometech Indonesia sebesar $48.643 > 3,09$ atau nilai signifikansi r hitung lebih kecil dari t tabel $0,000 < 0,005$. Maka dapat disimpulkan dari kedua variabel independen yang diajukan dalam penelitian ini memberikan efek positif dan dampak kepada kepuasan pelanggan. Sehingga dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel kualitas layanan dan harga mampu membuat konsumen merasa puas. Dengan kata lain bahwa strategi bisnis yang sesuai dengan PT. Cometech Indonesia sesuai dengan hasil penelitian secara berurutan adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, penentuan harga yang kompetitif sehingga konsumen merasa puas dan pada akhirnya nanti akan loyal terhadap merek Cometech.

Keterbatasan Penelitian

Karena keterbatasan waktu dan biaya penulis hanya meneliti dua variabel independen yaitu kualitas layanan dan harga. Saran untuk peneliti selanjutnya ditambah untuk variabel promosi dan loyalitas konsumen.

Daftar Referensi

- Alfian, I. (2017). Analysis of Effect of Quality Products, Price, Location, Service Quality, And Promotion on Customers Willingness to Buy Mie Petir Tenggara Bondowoso. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 2, 122-145.
- Andy, Raymond (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Promosi terhadap Kepuasan pelanggan Pada PT. Panca Daya Sukses*. ISSN 2303-1174. Volume 8 No.1.
- Andreas, Tambah. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Traveloka. *Jurnal Ekobis 45* Vol. 1.

- Donovan S., R., & Fadillah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 1-8.
- Pratiwi, M. Y. & K. (2017). Pengaruh Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu 2Beat. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 6, 5.
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 202-2024
- Purba, M. I., & Ginting, K. E. N. (2018). Pengaruh Harga, Pelayanan, dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online di Kota Medan. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 5 (1), 63.
- Savitri, Astrid. (2019). *Revolusi Industri 4.0, Mengubah Tantangan Menjadi Peluang di Era Disrupsi 4.0*, Penerbit Genesis, Yogyakarta.
- Sentiana, S. S. (2018). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 247-254.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Alfabeta.