



PENGARUH HARGA JUAL DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA DEPOT AIR MINUM AQUARO
DI KELURAHAN NAMODALE KECAMATAN LOBALAIN
KABUPATEN ROTE NDAO

Jenny I. Tanesib, SE, MM¹, Meysias F.P. Dama²

jennytanisib@gmail.com

menasdama.md@gmail.com

Program Studi Manajemen
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Nusa Lontar Rote

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh hasil observasi yang menunjukkan bahwa sebagian pelanggan belum merasakan kepuasan optimal saat membeli dan mengonsumsi air mineral Aquaro yang diproduksi dan dijual oleh Depot Air Minum Aquaro. Berdasarkan kondisi tersebut, rumusan masalah penelitian adalah seberapa besar pengaruh harga jual dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Depot Air Minum Aquaro di Kelurahan Namodale, Kecamatan Lobalain, Kabupaten Rote Ndao. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga jual dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan serta mengetahui besarnya kontribusi kedua variabel tersebut terhadap kepuasan pelanggan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat, serta harga jual dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas. Hipotesis penelitian menyatakan bahwa semakin terjangkau harga jual dan semakin baik kualitas pelayanan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan penyebaran kuesioner kepada 87 responden yang diambil dari total populasi sebanyak 118 pelanggan atau sebesar 73,73%. Data dianalisis menggunakan teknik statistik Regresi Linear Berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan, ditunjukkan oleh nilai signifikansi yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Nilai R Square sebesar 0,144 menunjukkan bahwa kedua variabel memberikan kontribusi sebesar 14,40% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan 85,60% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.

Kata kunci : kepuasan pelanggan, harga jual, kualitas pelayanan

ABSTRACT

This research is motivated by observation results indicating that some customers have not experienced optimal satisfaction when purchasing and consuming Aquaro mineral water, which is produced and sold by the Aquaro Drinking Water Depot. Based on these conditions, the research problem is formulated to determine the extent of the influence of selling price and service quality on customer satisfaction at the Aquaro Drinking Water Depot in Namodale Village, Lobalain District, Rote Ndao Regency. This study aims to evaluate the partial and simultaneous effects of selling price and service quality on customer satisfaction, as well as to determine the magnitude of the contribution of these two variables to customer satisfaction. The variables used in this study include customer satisfaction as the dependent variable,

alongside selling price and service quality as the independent variables. The research hypothesis states that the more affordable the selling price and the better the service quality, the higher the level of customer satisfaction will be. Data collection was carried out through interviews and the distribution of questionnaires to 87 respondents, sampled from a total population of 118 customers, representing 73.73%. Data were analyzed using Multiple Linear Regression statistical techniques with the assistance of SPSS software. The results indicate that both selling price and service quality have a significant effect on customer satisfaction, both partially and simultaneously, as demonstrated by a significance value smaller than $\alpha = 0.05$. The R Square value of 0.144 shows that both variables contribute 14.40% to customer satisfaction, while the remaining 85.60% is influenced by other factors outside this study.

Keywords: customer satisfaction, selling price, service quality.

PENDAHULUAN

Salah satu unit usaha yang sedang bertumbuh dan berkembang di Kecamatan Lobalain sebagai Ibu Kota Kabupaten Rote Ndao adalah Depot Air Minum/mineral isi ulang. Berbagai usaha depot air mineral isi ulang berlomba-lomba dengan berbagai strategi pelayanan untuk menarik minat pelanggan dalam menggunakan produk air minum mineral yang dihasilkan. Dimas Dwiyadi Prasetyo sebagai pemilik perusahaan membangun unit kegiatan bisnis ini dilatar belakangi oleh kesadaran untuk melayani kebutuhan mendasar masyarakat Kecamatan Lobalain akan air mineral yang diproses dengan menggunakan mesin berteknologi moderen sehingga menghasilkan produk yang selain memiliki nilai ekonomis, tetapi juga memberikan kepuasan tersendiri bagi para pelanggan sehingga dapat mendukung perkembangan usaha. Perusahaan ini memiliki kemampuan menjual rata-rata 160 – 170 galon per hari yang didukung oleh 5 (lima) armada berkapasitas maksimal 4 galon per armada.

Dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan, faktor kepuasan merupakan faktor yang perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan termasuk pelanggan Depot Air Minum Aquaro. Kepuasan pelanggan merupakan suatu perbandingan antara apa yang diharapkan dengan manfaat yang diterima. Secara spesifik, kepuasan

pelanggan dalam penelitian ini akan diukur dari perasaan pelanggan terhadap produk dan pelayanannya, kenikmatan manfaat yang diterima dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Fenomena kepuasan yang ditemukan dalam tahapan pengamatan awal melalui wawancara dengan pelanggan yaitu sebagian pelanggan kurang merasakan kepuasan selama membeli dan mengkonsumsi air mineral Aquaro yang dihasilkan dan dijual oleh Depot Air Mineral Aquaro isi ulang oleh armada yang ditugaskan, kurang loyalnya pelanggan yang ditandai dengan sering beralihnya keputusan pembelian kepada Depot Air Minum lainnya. Kepuasan pelanggan pada dasarnya dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya keunggulan mutu produk, mutu pelayanan, harga, waktu penyerahan, keamanan, citra perusahaan, nilai pelanggan. Dalam penelitian ini hanya dibatasi pada harga jual dan kualitas pelayanan sementara faktor-faktor lainnya diasumsikan *ceteris paribus* artinya konstan/tetap.

Harga jual merupakan salah satu faktor yang diduga ikut mempengaruhi kepuasan pelanggan. Semakin terjangkau dan rasional penentuan harga jual Aquaro, maka semakin puas pelanggan setelah membeli dan menggunakan barang. Penentuan harga jual pada dasarnya bertujuan untuk memperoleh hasil penjualan dan laba yang lebih besar,

mempercepat kembalian investasi, akan tetapi jika harga tidak terjangkau konsumen, maka perusahaan tidak akan mampu bertahan dalam persaingan jika tidak memiliki keunggulan komparatif yang membedakan dengan perusahaan sejenis lainnya. Fenomena harga jual yang ditemukan adalah penetapan harga Rp.10.000 per galon menurut sebagian pelanggan lebih tinggi dari harga jual yang ditetapkan oleh Depot Air Minum lainnya.

Fenomena pelayanan yang ditemukan adalah keterlambatan pelayanan karena Aguaro tidak diantar secara cepat dan tepat waktu pada saat kebutuhan air minum sudah mendesak. Sering terjadi Aguaro diantar lewat dari waktu yang ditentukan sehingga diklaim oleh pelanggan dan ditanggapi oleh petugas dengan bahasa yang kasar. Kondisi ini menggambarkan bahwa pelayanan yang berkualitas kurang dinikmati oleh sebagian pelanggan yang selama ini sudah mengkonsumsi air mineral. Jika pelayanan yang diterima pelanggan semakin berkualitas, maka kepuasan pelanggan juga akan semakin besar.

Dengan demikian, maka harga jual dan kualitas pelayanan merupakan dua faktor yang diduga kuat mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga berdasarkan gambaran fenomena tersebut, maka dipandang perlu untuk diadakan suatu penelitian ilmiah dan oleh karena itu penulis tertarik mengadakan penelitian ilmiah dengan judul : **“Pengaruh Harga Jual Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Depot Air Minum Aguaro Di Kelurahan Namodale Kecamatan Lobalain Kabupaten Rote Ndao”**.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah : *Apakah harga jual dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Depot Air Minum Aguaro di*

Kelurahan Namodale Kecamatan Lobalain Kabupaten Rote Ndao ?

METODE PENELITIAN

1. Populasi

Yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan perusahaan yang berdomisili di wilayah Mokdale sebanyak 41 orang dan di kompleks Jalan Abri sebanyak 77 orang, sehingga total populasi yang berpotensi untuk diteliti sebanyak 118 orang. Alasan pemilihan wilayah populasi tersebut adalah hasil wawancara sementara menunjukkan bahwa kekecewaan pelanggan banyak dialami oleh pelanggan di wilayah Mokdale dan Jalan Abri.

2. Sampel

Oleh karena jumlah populasi dianggap besar, maka ditarik sampel dengan menggunakan rumus Slovin dalam Umar (2022) yaitu :

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

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

1 = konstanta

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir sebesar 5%. Jumlah sampel yang diteliti adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{118}{1 + 118 (0,05)^2} \\ &= \frac{118}{1 + 118 (0,003)} \\ &= \frac{118}{1 + 0,354} \end{aligned}$$

$$= \frac{118}{1,354}$$

$$= 87 \text{ pelanggan}$$

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

Observasi, yaitu pengamatan langsung pada obyek penelitian untuk mengetahui

akan kondisi pelayanan Depot Air Minum Aquaro yang dialami pelanggan.

Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab langsung antara penulis dengan para pelanggan Depot Air Minum Aquaro.

Kuesioner, yaitu pengumpulan data dengan jalan mendedarkan daftar pertanyaan untuk diisi oleh apara pelanggan Depot Air Minum Aquaro.

Studi dokumenter, yaitu penelaahan terhadap dokumen-dokumen yang dimiliki perusahaan Depot Air Minum Aquaro.

Teknik Analisa Data

Regresi Linear Berganda

Regresi Linear Berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh harga jual dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sehingga bisa menjawab tujuan penelitian kedua dan ketiga. Model persamaan regresi linear berganda dengan dua variabel bebas menurut Riduwan (2022) yaitu : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$

Keterangan :

Y : Kepuasan pelanggan

a : Konstanta

b_1X_1 : Koefisien regresi dari variabel harga jual

b_2X_2 : Koefisien regresi dari variabel kualitas pelayanan

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis secara parsial menggunakan Uji t untuk menguji pengaruh harga jual dan kualitas pelayanan secara terpisah terhadap kepuasan pelanggan.

Rumus yang digunakan menurut Soepranto (2022) sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b}{sb}$$

Pengujian Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh harga jual dan kualitas pelayanan secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan.

Rumus yang digunakan menurut Soelistiyo (2022) sebagai berikut:

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

F_h = Nilai statistik hitung

R^2 = Koefisien Determinasi

k = Jumlah variabel Independen

n = Jumlah sampel yang diteliti

Kaidah pengambilan keputusan pembuktian hipotesis akan menggunakan *software* SPSS sebagai berikut:

- Jika probabilitas signifikansi (p-sig) lebih kecil dari alfa (α) yang digunakan yaitu 5 % (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa hipotesis kerja dapat dibuktikan kebenarannya.
- Jika probabilitas signifikansi (p-sig) lebih besar dari alfa (α) yang digunakan yaitu 5 % (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti bahwa hipotesis kerja tidak dapat dibuktikan kebenarannya.

Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besaran persentase sumbangan harga jual dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Formulasi koefisien determinasi yang digunakan menurut Soelistiyo (2022) sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{(b_1 X_1 Y) + (b_2 X_2 Y)}{Y^2}$$

HASIL PENELITIAN DAN

PEMBAHASAN Hasil Pengujian

Hipotesis Parsial

Hasil Uji Hipotesi Pertama (H1)

Hipotesis pertama yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah harga jual berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin terjangkau harga jual, maka kepuasan pelanggan semakin tinggi. Hasil pengujian hipotesis dengan metode statistik Regresi Linear Berganda yang menggunakan *software* SPSS menghasilkan nilai probabilitas p.sig = 0,036 yang lebih kecil dari alfa 0,05 sehingga kaidah pengambilan keputusan atas hipotesis kerja yang dirumuskan adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini

berarti bahwa hipotesis kerja yang dirumuskan dapat dibuktikan kebenarannya. Oleh karena itu hasil penelitian ini membuktikan bahwa harga jual terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil Uji Hipotesis Kedua (H2)

Hipotesis kedua yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin berkualitas pelayanan perusahaan maka kepuasan pelanggan semakin tinggi. Hasil pengujian hipotesis dengan metode statistik Regresi Linear Berganda yang menggunakan *software* SPSS menghasilkan nilai probabilitas $p.sig = 0,023$ yang lebih kecil dari alfa $0,05$ sehingga kaidah pengambilan keputusan atas hipotesis kerja yang dirumuskan adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa hipotesis kerja yang dirumuskan dapat dibuktikan kebenarannya. Oleh karena itu hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil Pengujian Hipotesis Simultan

Hipotesis simultan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah harga jual dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin terjangkau harga jual yang didukung secara bersamaan oleh pelayanan yang berkualitas, maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Hasil pengujian hipotesis dengan metode statistik Regresi Linear Berganda yang menggunakan *software* SPSS menghasilkan nilai probabilitas $p.sig = 0,01$ yang lebih kecil dari alfa $0,05$ sehingga kaidah pengambilan keputusan atas hipotesis kerja yang dirumuskan adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa hipotesis kerja simultan yang dirumuskan dapat dibuktikan

kebenarannya. Oleh karena itu hasil penelitian ini membuktikan bahwa harga jual dan kualitas pelayanan secara bersamaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil Analisis

Hasil Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan hasil analisis koefisien parameter regresi dari output SPSS, maka hasil analisis regresi antara harga jual dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Koefisien konstan/intercept pada *Unstandardized Coefficients* atau "a" = 26,508 mengandung arti bahwa jika harga jual dan kualitas pelayanan tidak mengalami perubahan, maka kepuasan pelanggan akan tetap sebesar 26,508.
2. Koefisien regresi $b_1 = 0,225$ mengandung arti bahwa jika tingkat keterjangkauan harga jual oleh pelanggan mengalami peningkatan 1 kali dengan asumsi kualitas pelayanan dan faktor lainnya bersifat konstan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,225 kali.
3. Koefisien regresi $b_2 = 0,245$ mengandung arti bahwa jika kualitas pelayanan mengalami peningkatan 1 kali dengan asumsi harga jual dan faktor lainnya bersifat konstan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,245 kali.
4. Persamaan Regresi Linear Berganda yang dapat dibentuk dalam penelitian ini adalah : $KP = 26,508 + 0,225 HJ + 0,245 KPe$. Persamaan tersebut mengandung arti bahwa jika tingkat keterjangkauan harga jual oleh pelanggan dan kualitas pelayanan mengalami peningkatan secara bersamaan sebesar 1 kali, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,47 kali, sedangkan jika tidak ada perubahan kemampuan menjangkau harga jual yang ditetapkan serta kualitas

pelayanan, maka kepuasan pelanggan tetap sebesar 26,508.

Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Hasil analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini didasarkan atas output SPSS dengan $R Square = 0,144$ pada *model summary* mengandung arti bahwa harga jual dan kualitas pelayanan memberikan sumbangan atau kontribusi pengaruh sebesar 14,40 % sedangkan 85,60 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti karena diasumsikan konstan. Faktor-faktor yang bersifat konstan tersebut antara lain keunggulan mutu produk, mutu pelayanan, keamanan, citra perusahaan dan nilai pelanggan.

Pembahasan Hasil Analisis

Pembahasan Pengaruh Harga Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dalam kaitannya dengan harga jual air minum isi ulang dalam bentuk galon yang ditetapkan Depot Air Minum Aquaro di Kelurahan Namodale, Kecamatan Lobalain, Kabupaten Rote Ndao sudah dipertimbangkan berbagai hal termasuk di dalamnya adalah kemampuan daya beli masyarakat, persaingan, biaya produksi dan permintaan konsumen. Faktor-faktor tersebut ikut diperhitungkan sehingga perusahaan bisa memperoleh keuntungan tetapi pelanggan juga bisa memperoleh suatu kepuasan tersendiri dari pelayanan perusahaan. Harga jual yang ditetapkan sesuai hasil penelitian sebesar Rp.10.000 per galon sedikit lebih tinggi dari harga yang berlaku untuk produk sejenis pada depot air minum isi ulang lainnya di Kecamatan Lobalain yang berkisar antara Rp.8.000 – Rp.9.000. Walaupun demikian lebih banyak masyarakat secara spontan mendaftarkan diri sebagai pelanggan hingga mencapai 518 pelanggan tetap yang dilayani oleh perusahaan.

Kelebihan harga jual sebesar Rp.1.000 – Rp.2.000 jika dibandingkan dengan harga jual kompetitor tersebut dapat terjadi oleh karena perusahaan menambah kelebihan

perbedaan harga jual tersebut sebagai penggantian ongkos angkut penjualan. Sistem penentuan harga jual tersebut ternyata tidak memberatkan pelanggan oleh karena nilai manfaat yang diperoleh jauh lebih tinggi dibandingkan dengan usaha sejenis lainnya karena depot Air Minum Aquaro menggunakan sistem pelayanan antar jemput yang tidak dimiliki oleh kompetitor lainnya. Dengan adanya jangkauan harga jual yang tidak memberatkan pelanggan tersebut, maka kepuasan pelanggan semakin tinggi. Hal ini dapat tercermin dari perasaan senang dalam berlangganan dengan kepuasan yang bersifat stabil karena belum ada peningkatan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan untuk mengimbangi sistem pelayanan yang digunakan.

Hasil pengujian hipotesis dengan $p.sig = 0,036$ yang lebih kecil dari alfa 0,05 membuktikan bahwa penentuan harga jual Aquaro sebesar Rp.10.000 per galon tersebut masih bisa dijangkau dan tidak berat bagi pelanggan dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa bagi pelanggan yang menilai bahwa harga jual yang ditetapkan masih bisa dijangkau dan tidak memberatkan, maka umumnya mereka merasakan kepuasan setelah membeli dan mengkonsumsi Aquaro sebagai air minum keluarga.

Untuk mengestimasi akan kepuasan pelanggan sebagai akibat dari penentuan harga jual yang dibayar oleh pelanggan, maka digunakan koefisien regresi $b_1 = 0,225$ yang mengandung arti bahwa jika tingkat keterjangkauan harga jual oleh pelanggan mengalami peningkatan 1 kali dengan asumsi kualitas pelayanan dan faktor lainnya bersifat konstan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,225 kali. Koefisien ini menunjukkan bahwa pengaruh harga jual terhadap kepuasan pelanggan memang cukup signifikan namun besaran koefisien perubahannya masih kurang optimal.



Walaupun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual yang ditetapkan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang dilayani.

Pembahasan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pelayanan terhadap pelanggan merupakan kunci sukses perusahaan dalam bidang pemasaran baik barang maupun jasa oleh karena pelangganlah yang membuat suatu usaha semakin berkembang. Dalam kaitannya dengan unist usaha produktif yang diteliti yaitu Depot Air Minum Aquaro, pelayanan pelanggan merupakan faktor yang diutamakan untuk menanamkan kepercayaan masyarakat terhadap produk Aquaro yang ditawarkan ke pasar. Kualitas pelayanan yang dimaksudkan dalam penelitian ini dianalisis dari indikator kecepatan pelayanan, ketepatan pelayanan dan keramahan petugas.

Kecepatan pelayanan yang dimaksudkan adalah pelayanan dengan waktu yang lebih singkat baik pada saat menjemput galon kosong maupun pada saat mengantar galon yang sudah terisi dengan air isi ulang. Pelayanan yang dilakukan dengan cepat umumnya disenangi oleh pelanggan dan kepuasan pelanggan pasti akan terbentuk dari pelayanan tersebut. Pelayanan yang berkualitas juga dapat tercermin dari ketepatan pelayanan artinya bahwa harus selalu sesuai dengan waktu yang ditetapkan. Demikian pula dengan keramahan petugas pada saat memberikan pelayanan terhadap pelanggan juga merupakan ukuran kualitas pelayanan.

Dalam hubungannya dengan kepuasan pelanggan, maka berarti bahwa semakin berkualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, maka tingkat kepuasan pelanggan semakin tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan Depot Air Minum Aquaro dinilai cukup berkualitas oleh mayoritas pelanggan tetap yang diteliti

oleh karena para petugas data melayani dengan cepat, tepat dan ramah terhadap pelanggan.

Hasil pengujian hipotesis dengan $p.sig = 0,023$ yang lebih kecil dari alfa $0,05$ membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang berlangsung selama ini berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa bagi pelanggan yang menilai pelayanan yang diterima berkualitas maka kepuasan yang dialami akan semakin tinggi, sebaliknya bagi pelanggan yang menilai bahwa pelayanan kurang berkualitas, maka mereka kurang merasakan kepuasan.

Untuk mengestimasi akan kepuasan pelanggan sebagai akibat dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka digunakan koefisien regresi $b_2 = 0,245$ yang mengandung arti bahwa jika kualitas pelayanan mengalami peningkatan 1 kali dengan asumsi harga jual dan faktor lainnya bersifat konstan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar $0,245$ kali. Koefisien ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan memang cukup signifikan namun besaran koefisien perubahannya masih kurang optimal tetapi masih lebih besar dari pengaruh harga jual. Oleh karena itu untuk mewujudkan kepuasan pelanggan, maka kualitas pelayanan harus ditingkatkan melalui pelayanan yang lebih cepat, tepat dengan penuh keramahan. Kepuasan mayoritas pelanggan yang diteliti dalam penelitian ini tergolong cukup tinggi sebagai akibat dari kualitas pelayanan yang lebih memberikan manfaat bagi para pelanggan.

Pembahasan Pengaruh Harga Jual Dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang membutuhkan perhatian khusus oleh karena pelanggan ikut menentukan perkembangan usaha perusahaan. Kepuasan pelanggan



menggambarkan perasaan senang terhadap barang dan atau jasa yang dibeli dan dinikmati dan oleh karena itu, dalam kaitannya dengan konsumsi air mineral dalam bentuk galon, maka kepuasan dinikmati setelah para pelanggan membeli dan mengkonsumsi air mineral Aquaro yang ditawarkan. Kepuasan pelanggan juga dapat tercermin dari kenikmatan atas produk Aquaro yang dikonsumsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan merasakan nikmatnya air minum isi ulang dalam bentuk galon sebagai air minum keluarga yang memiliki cita rasa yang sesuai dengan selera pelanggan. Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini juga tercermin dari loyalitas pelanggan untuk senantiasa membeli air minum Aquaro. Bagi pelanggan yang selalu membeli produk Aquaro, maka pelanggan yang bersangkutan sudah merasakan kepuasan dalam mengkonsumsi Aquaro.

Kepuasan pelanggan yang dirasakan selama ini tidak terlepas dari jangkauan harga jual yang ditetapkan dan tidak memberatkan yang didukung dengan kualitas pelayanan yang baik dan tidak pernah ditemukan pada depot air isi ulang lainnya di Kecamatan Lobalain. Dalam pengujian hipotesis simultan diperoleh koefisien $p.sig = 0,001$ yang lebih kecil dari alfa $0,05$ membuktikan bahwa harga jual yang ditetapkan yang didukung oleh kualitas pelayanan yang diberikan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa dengan semakin ternagkau harga jual yang dan semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan, maka pelanggan semakin puas dalam membeli dan mengkonsumsi air galon dai Depot Aquaro.

Untuk menestimasi akan kepuasan pelanggan sebagai akibat dari harga jual dan kualitas pelayanan, maka digunakan model persamaan Regresi Linear Berganda yang dapat dibentuk dalam penelitian ini yaitu : $KP = 26,508 + 0,225 HJ + 0,245 KPe$. Persamaan tersebut mengandung arti

bahwa jika tingkat keterjangkauan harga jual oleh pelanggan dan kualitas pelayanan mengalami peningkatan secara bersamaan sebesar 1 kali, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,47 kali, sedangkan jika tidak ada perubahan kemampuan menjangkau harga jual yang ditetapkan serta kualitas pelayanan, maka kepuasan pelanggan tetap sebesar 26,508.

Untuk mengetahui besarnya persentase sumbangan harga jual dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan, maka digunakan analisis koefisien determinasi dengan $R Square = 0,144$ pada *model summary* mengandung arti bahwa harga jual dan kualitas pelayanan memberikan sumbangan atau kontribusi pengaruh sebesar 14,40 % sedangkan 85,60 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti karena diasumsikan konstan. Faktor-faktor yang bersifat konstan tersebut antara lain keunggulan mutu produk, mutu pelayanan, keamanan, citra perusahaan dan nilai pelanggan seperti yang dijelaskan dalam teori utama tetapi tidak diteliti dalam penelitian ini.

Oleh karena itu untuk mewujudkan kepuasan bagi pelanggan, maka harga jual harus ditetapkan pada tingkatan yang tidak memberatkan tetapi disesuaikan dengan kemampuan daya beli dari pendapatan nominal yang diterima serta didukung dengan kualitas pelayanan yang lebih baik.

P E N U T U P

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

- Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada Depot Air Minum Galon Aquaro tergolong tinggi. Harga jual yang ditetapkan dapat dijangkau oleh pelanggan dan kualitas pelayanannya tergolong baik karena berbeda dengan kompetitor lainnya.
- Secara parsial, harga jual air galon isi ulang yang ditetapkan terbukti

- berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena harga jual yang ditetapkan terjangkau oleh pelanggan sesuai daya belinya, maka pelanggan semakin puas yang ditandai dengan perasaan senang dan loyalitas yang tinggi terhadap produk perusahaan.
- c. Secara parsial kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan oleh karena dengan memberikan pelayanan antar jemput yang cepat dan tepat dengan pelayanan yang ramah, maka pelanggan semakin puas yang ditandai dengan perasaan senang dan loyalitas yang tinggi terhadap produk perusahaan.
 - d. Secara simultan, harga jual dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan oleh karena dengan terjangkaunya harga jual yang didukung secara bersamaan oleh kualitas pelayanan antar jemput yang semakin cepat, maka kepuasan yang diperoleh pelanggan semakin tinggi yang ditandai dengan perasaan senang dan loyalitas yang tinggi terhadap produk perusahaan.
 - e. Harga jual dan kualitas pelayanan memberikan sumbangan atau kontribusi pengaruh sebesar 14,40 % sedangkan 85,60 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti karena diasumsikan konstan. Hal ini berarti bahwa harga jual dan kualitas pelayanan masih memberikan kontribusi yang kecil terhadap kepuasan pelangga, sehingga masih perlu ditingkatkan lagi.

Saran

Bagi Depot Air Minum Aquaro

- a. Diharapkan agar pemilik perusahaan tidak cepat menaikkan harga jual yang sudah berlaku saat ini agar tidak memberatkan pelanggan serta menjaga loyalitas pelanggan terhadap produk yang ditawarkan .
 - b. Diharapkan agar pemilik perusahaan selalu mengawasi akan karyawan yang bertugas mengantar atau menjemput
- galon agar selalu tepat waktu agar menghindari kekecewaan pelanggan.
- c. Diharapkan agar galon-galon yang digunakan untuk pengisian ulang harus selalu dibersihkan seminggu sekali agar menghindari sat kapur yang merugikan pelanggan dan citra perusahaan.

Bagi Pelanggan

- a. Diharapkan agar setiap pelanggan ikut mendukung perusahaan dengan memberikan informasi terlebih dahulu satu hari sebelumnya kepada pihak Depot Air Minum Aquaro agar air galon diantar tepat waktu untuk menghindari pertengkaran yang sering terjadi antar pelanggan dengan petugas lapangan.
- b. Diharapkan agar para pelanggan juga tetap setia pada perusahaan dengan jalan terus membeli Aquaro galon dan tidak beralih menjadi pelanggan depot lainnya karena pelayanan pada Depot Air Minum Aquaro tidak ditemukan di depot lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani Wiwik, 2022, *Analisis Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Tesis, Program Pasca Sarjana, Universitas Brawijaya, Malang
- Koeswara Sony, 2022, *Manajemen Pemasaran*, Liberty, Yogyakarta
- Kotler Philip, 2000, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, BPFE-Universitas Indonesia, Jakarta
- Nitisumito, 2022, *Menciptakan Keunggulan Produk*, Bumi Aksara, Jakarta
- Radiosunu, 2023, *Manajemen Pemasaran, Suatu Pendekatan Praktis*, BPFE-Yogyakarta
- Riduwan, 2010, *Teknik Menulis Karya Ilmiah*, Alfabeta, Bandung
- Soelistiyo, 2022, *Ekonometrika*, BPFE-UGM, Yogyakarta



Soeprihanto John, 2022, *Statistika, Teori Dan Aplikasi*, Erlangga, Jakarta
Swasta Basu Dan Irawan, 2022, *Manajemen Pemasaran Modern*, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
Sugiri Slamet, 2022, *Akuntansi Manajemen*, YKPN, Yogyakarta
Tjiptono Fandy, 2021, *Manajemen Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta

Umar Husein, 2022, *Metode Riset Komunikasi Organisasi*, Penerbit PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
Wicaksono Arif, 2024, *Kepuasan Nasabah Atas Pelayanan BRI*, Urusan Perencanaan Dan Litbang BRI, Jakarta.

JURNAL ILMIAH UNSTAR ROTE