

PENGARUH FASILITAS, PELAYANAN PRIMA DAN PENETAPAN HARGA DISKON TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(STUDI KASUS PADA FAJAR MUSIK STUDIO JL. HASANUDIN NO. 223A KOTA BATU)

Nur Baiti. Siti Saroh. Ratna Nikin Hardati

Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang, Jl.

MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

LPPM Universitas Islam Malang, Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

Email: baityzumala@gmail.com

ABSTRAK

Fajar Musik Studio merupakan usaha perseorangan yang bergerak di bidang persewaan atau rental studio musik di Jln. Hasanudin No. 223A Kota Batu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh fasilitas, pelayanan prima, dan penetapan harga diskon. Penelitian ini menggunakan metode non probability sampling dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial fasilitas dan penetapan harga diskon berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pelayanan prima tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen, dan terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan antara fasilitas, pelayanan prima dan penetapan harga diskon.

Kata kunci: Fasilitas, Pelayanan Prima, Penetapan Harga Diskon, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Fajar Musik Studio is an individual business engaged in the rental of music studios on Jln. Hasanudin No. 223A Batu City. The purpose of this study was to determine how much influence the facilities, excellent service, and discounted pricing. This study uses a non probability sampling method with a sampling technique using purposive sampling technique. The results of this study indicate that partially the facility and fixing of the discounted price affect customer satisfaction. While excellent service has no partial effect on customer satisfaction, and there is a simultaneous and significant influence between facilities, excellent service and discounted pricing.

Keywords: Facilities, Excellent Service, Pricing Discounts, Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan industri musik relatif sangat cepat sehingga *businessman* mempunyai inovasi dalam aspek fasilitas. Fasilitas itu juga salah satu pertimbangan orang untuk bermain ke dalam studio musik seperti fasilitas parkir yang luas, ruang tunggu yang luas, kamar mandi yang nyaman dan lain-lain. Fasilitas yang baik juga akan berdampak pada konsumen itu sendiri. Persaingan yang ketat dalam memperebutkan pasar ini,

akhirnya akan membawa institusi untuk dapat menyusun strategi atau langkah yang tentunya dapat menarik pasar. Salah satu strategi agar suatu organisasi mampu bersaing adalah dengan membangun fasilitas yang baik dimata konsumen maupun publik. Hal ini penting untuk dilakukan karena fasilitas dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Seiring dengan fasilitas yang ada tersebut juga diperlukan penetapan harga yang efektif dan efisien. Ditinjau dari segi pemasaran, penetapan harga yang

ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk berbeda. Penetapan harga yang baik akan berpengaruh dalam menarik konsumen atau pelanggan, sehingga dengan penetapan harga dan pemberian alternatif diskon sangat dibutuhkan. Hakikatnya ketika konsumen bersedia menerima harga tersebut, maka produk tersebut akan diterima oleh masyarakat, perusahaan menetapkan harga karena berbagai pertimbangan, namun sebaliknya jika dalam penetapan harga tersebut disesuaikan dengan nilai, manfaat, kualitas produk dan juga harga yang kompetitif yang mampu bersaing. Kepuasan konsumen akan muncul ketika konsumen itu puas dengan fasilitas maupun penetapan harga itu sendiri. Kepuasan konsumen akan memberikan dampak yang positif terhadap perusahaan kita seperti kembalinya konsumen untuk menggunakan jasa kita maupun dampak dalam hal membantu promosi. Tercapainya kepuasan konsumen tersebut diperlukan pelayanan yang maksimal pada konsumen, agar memberikan evaluasi yang baik pada kinerja aktual yang dirasakan, untuk diterapkan sistem pelayanan prima (*service excellent*) yang artinya merupakan sebuah kepedulian kepada konsumen dengan memberikan layanan yang terbaik untuk memfasilitasi kemudahan dalam memenuhi kebutuhan untuk mewujudkan kepuasan konsumen. Usaha Fajar Musik Studio merupakan usaha yang mempunyai pasar yang luas dari studio musik lainnya. Selain pasar yang luas banyak keunggulan yang dimiliki oleh Fajar Musik Studio, mulai dari segi fasilitas, pelayanan yang diberikan dan harga yang sesuai dengan kebutuhan maupun kondisi konsumen itu sendiri.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH FASILITAS, PELAYANAN PRIMA DAN PENETAPAN HARGA DISKON TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA FAJAR MUSIK STUDIO JL. HASANUDIN NO. 223A KOTA BATU)”**

1. Apakah terdapat pengaruh antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen Fajar Musik Studio?
2. Apakah terdapat pengaruh antara pelayanan prima terhadap kepuasan konsumen Fajar Musik Studio?
3. Apakah terdapat pengaruh antara penetapan harga diskon terhadap kepuasan konsumen Fajar Musik Studio?

4. Apakah terdapat pengaruh antara fasilitas, pelayanan prima dan penetapan harga diskon terhadap kepuasan konsumen Fajar Musik Studio?

KAJIAN PUSTAKA

Kepuasan Konsumen

Definisi kepuasan konsumen menurut Lupiyoadi dan Hamadani dalam Yunus dan Budiyanto (2014:7) mengemukakan bahwa kepuasan memerlukan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan diharapkan.

Fasilitas

Menurut Menurut Tjiptono (2006:43) desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Sejumlah tipe jasa persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata pelanggan. Sejumlah tipe jasa, persepsi pelanggan. Sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh pada kualitas jasa tersebut dimata pelanggan.

Pelayanan Prima

Menurut Maddy (2009:8) pelayanan prima adalah suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan.

Penetapan Harga Diskon

Menurut Kasmir (2006:73) harga adalah sejumlah nilai dalam mata uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Penentuan harga sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga pokok merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk atau jasa yang ditawarkan. Strategi harga yang salah akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut dipasar. Harga yang akan ditetapkan harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan atau pengusaha.

Suatu transaksi perdagangan selalu melibatkan dua pihak yaitu pihak pembeli sebagai pihak penerima barang dan penjualan sebagai

pihak yang menyerahkan barang. Sebelum transaksi terjadi, kedua belah pihak harus mencapai kesepakatan mengenai harga dari barang-barang yang diperjual belikan beserta syarat-syarat lainnya, termasuk didalamnya mengenai potongan harga pada barang yang akan dibeli. Menurut Tjiptono (2008:166) *discount* merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Penetapan harga adalah suatu strategi yang menjadi kunci dalam perusahaan sebagai bentuk konsentrasi dari deregulasi dan persaingan pasar secara global yang semakin sengit. Apabila nilai harga barang itu terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh oleh penjual.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena data penelitiannya berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistic deskriptif serta memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit, objektif, terukur, rasional dan sistematis.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah di Fajar Musik Studio.

Variabel Operasional

Menurut Sugiyono (2015:38) variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel yang terdapat dalam penelitian ini yaitu, Variabel Bebas dan Variabel Terikat:

- a. Fasilitas
- b. Pelayanan Prima
- c. Penetapan Harga Diskon
- d. Kepuasan Konsumen

Menurut Sugiyono (2015:39) definisi operasional variabel yaitu penentuan konstruk atau sifat akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang diukur. Definisi operasional variabel menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstruk, sehingga

memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran kontrak dengan baik. Berikut ini definisi dari variabel:

- a. Fasilitas (X_1) merupakan pembentukan persepsi konsumen Fajar Musik Studio terhadap perencanaan spasial, perencanaan ruangan, perlengkapan atau peralatan, tata cahaya, warna dan pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.
- b. Pelayanan prima atau layanan unggulan (X_2) merupakan bagaimana memberikan pelayanan maksimal kepada pengguna jasa studio musik dan kesiapan dalam mengatasi permasalahan yang muncul secara profesional.
- c. Penetapan harga diskon (X_3) harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayar oleh konsumen terhadap, kemampuan para konsumen untuk membeli (daya beli), kemauan konsumen untuk membeli dan manfaat yang diberikan produk tersebut kepada konsumen itu sendiri. Penetapan harga adalah suatu strategi yang menjadi kunci dalam perusahaan sebagai bentuk konsentrasi dari deregulasi dan persaingan pasar secara global yang semakin sengit. Penetapan harga diskon biasanya dilakukan dengan dengan menambah persentase diatas nilai atau besarnya biaya produksi bagi usaha dagang atau perusahaan tersebut.
- d. Kepuasan konsumen (Y) merupakan respon konsumen terhadap perbandingan antara kinerja dan harapan sesuai dengan evaluasi ketidaksesuaian setelah konsumen memakai suatu produk.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Fajar Musik Studio Jl. Hasanudin No. 223A Kota Batu dengan jumlah 3000 konsumen dari tahun 2015 s.d 2019.

Metode sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* (pengambilan sampel secara acak) dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin Umar (2005:108).

Sumber Data

Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data primer dalam penelitian ini yaitu konsumen Fajar Studio Musik.

Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti. Data sekunder diperoleh dari bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan materi yaitu fasilitas, pelayanan prima, penetapan harga diskon dan kepuasan konsumen.

Teknik Pengumpulan Data

- 1) Wawancara
- 2) Kuesioner
- 3) Dokumentasi
- 4) Observasi

Metode Analisis Data

a). Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2005:45) uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrument kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data.

b). Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai dengan 1.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel

dependen. Bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (dua).

a). Uji t (Uji secara Parsial)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.

b). Uji F (Uji secara bersama-sama atau simultan)

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui model yang digunakan dalam penelitian ini baik atau tidak atau signifikan.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemanapun model regresi dalam menerangkan variabel dependen Ghazali (2006:25). Besarnya koefisien determinasi berkisar antara angka 0 sampai 1, besar koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap dependen

PEMBAHASAN PENELITIAN

Deskripsi Hasil Penelitian

Variabel Fasilitas

Pada variabel fasilitas dengan indikator perencanaan spasial, perencanaan ruangan, perlengkapan atau perabotan dan pesan-pesan grafis. Direfleksikan oleh indikator tertinggi yaitu perlengkapan atau perabotan dengan pernyataan "Fasilitas ruang pada Fajar Musik Studio yang kurang besar". Sedangkan skor terendah ditunjukkan oleh indikator perencanaan spasial dengan pernyataan "Peralatan musik pada Fajar Musik Studio sudah sangat lengkap"

Pelayanan Prima

Pada variabel pelayanan prima dengan indikator kemampuan, sikap, tindakan, tanggung jawab. Direfleksikan oleh indikator tertinggi sikap dan tindakan yaitu dengan pernyataan "Karyawan Fajar Musik Studio selalu bersikap ramah terhadap pengguna jasa dan karyawan Fajar Musik Studio selalu mengucapkan terimakasih kepada pengguna jasa Fajar Musik Studio". Sedangkan skor terendah ditunjukkan oleh indikator tanggung jawab

dengan pernyataan “Karyawan Fajar Musik Studio dapat bertanggung jawab terhadap keamanan pengguna jasa Fajar Studio Musik”.

Penetapan Harga Diskon

Pada variabel penetapan harga diskon dengan indikator kemampuan para pelanggan untuk membeli (daya beli), kemauan pelanggan untuk membeli, manfaat terhadap produk tersebut kepada pelanggan. Direfleksikan oleh indikator tertinggi kemauan pelanggan untuk membeli yaitu dengan pernyataan “Penetapan harga di Fajar Musik Studio menarik minat saya untuk menggunakan jasa pada Fajar Musik Studio”. Sedangkan skor terendah ditunjukkan oleh indikator kemauan para pelanggan untuk membeli (daya beli) dengan pernyataan “Merasa setuju dengan harga yang diberikan Fajar Musik Studio yang sangat terjangkau disemua kalangan remaja maupun dewasa”.

Kepuasan Konsumen

Pada variabel kepuasan konsumen dengan indikator penyedia layanan yang baik, karyawan cepat dalam menyelesaikan pekerjaan, sikap, tindakan, karyawan tanggap terhadap keluhan konsumen, karyawan memberikan perhatian individu dengan baik kepada keluhan konsumen. Direfleksikan tertinggi oleh indikator karyawan memberikan perhatian individu dengan baik kepada keluhan konsumen dengan pernyataan “Karyawan Fajar Musik Studio memberi bantuan kepada konsumen dalam mengangkat alat-alat musik”. Sedangkan skor terendah ditunjukkan oleh indikator penyedia layanan yang baik dengan pernyataan “Karyawan Fajar Musik Studio mengecek kondisi alat musiknya di hadapan konsumen”.

Metode Analisis Data

a). Uji validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*corrected item-total correlation*) dengan r tabel, dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika Nilai r hitung > nilai r tabel maka item valid
- 2) Jika Nilai r hitung < tabel maka item tidak valid.

b). Uji reliabilitas

Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapat data sesuai dengan tujuan pengukuran, untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha cronbach* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai dengan 1.

Tabel 1 Hasil pengujian validitas dan reliabilitas

Variabel	Pernyataan	Status	Alpha Cronbach	Status
Fasilitas (X ₁)	X1.1	Valid	0,374	Reliabel
	X1.2	Valid		Reliabel
	X1.3	Valid		Reliabel
	X1.4	Valid		Reliabel
Pelayanan prima (X ₂)	X2.1	Valid	0,374	Reliabel
	X2.2	Valid		Reliabel
	X2.3	Valid		Reliabel
	X2.4	Valid		Reliabel
Penetapan Harga Diskon (X ₃)	X3.1	Valid	0,374	Reliabel
	X3.2	Valid		Reliabel
	X3.3	Valid		Reliabel
	X3.4	Valid		Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1.1	Valid	0,374	Reliabel
	Y1.2	Valid		Reliabel
	Y1.3	Valid		Reliabel

Analisis regresi linier berganda

Hasil analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh fasilitas (X₁), pelayanan prima (X₂), dan penetapan harga diskon (X₃) terhadap kepuasan konsumen (Y). Berikut hasil analisis yang telah dilakukan untuk mengetahui koefisien masing-masing variabel, maka dapat disajikan pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2 Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	.487	1.521
Fasilitas	.240	.096
Pelayanan prima	-.012	.098
Penetapan Harga Diskon	.481	.103

Berdasarkan tabel diatas yang diperoleh dari hasil pengolahan, maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,4871 + 0,240 X_1 - 0,012 X_2 + 0,481 X_3$$

Dari persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Variabel Y merupakan variabel terikat, variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas seperti, fasilitas (X_1) dan penetapan harga diskon (X_3), namun tidak dipengaruhi oleh pelayanan prima (X_2).
- Koefisien regresi untuk Fasilitas sebesar 0,240. Hal ini menyatakan bahwa fasilitas mempunyai sifat berbanding lurus dan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya apabila fasilitas terpenuhi maka kepuasan konsumen akan meningkat. Begitu sebaliknya jika fasilitas tidak memenuhi maka kepuasan konsumen juga akan menurun.
- Koefisien regresi untuk pelayanan prima sebesar 0,012, hal ini menyatakan bahwa pelayanan prima mempunyai sifat hubungan berbanding terbalik dan memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen, artinya apabila pelayanan prima tidak terpenuhi, maka kepuasan konsumen akan menurun. Begitu juga sebaliknya jika pelayanan prima terpenuhi maka kepuasan konsumen akan menurun.
- Koefisien regresi untuk penetapan harga diskon sebesar 0,481, hal ini menyatakan bahwa penetapan harga diskon sifat berbanding lurus dan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya apabila penetapan harga diskon terpenuhi maka

kepuasan konsumen akan meningkat. Begitu sebaliknya jika penetapan harga diskon tidak memenuhi maka kepuasan konsumen juga akan menurun.

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi yang sudah dihasilkan. Maka digunakan uji t untuk menguji masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian secara parsial dapat disajikan pada Tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil T hitung

Model	T	Sig.
(Constant)	3.202	.002
Fasilitas	2.518	0.14
Pelayanan prima	-.123	.902
Penetapan harga diskon	4.673	0.000

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji t_{hitung} variabel fasilitas terhadap kepuasan konsumen sebesar 2.518 dengan t_{tabel} 1.661 karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikan 0,002 lebih kecil dari 0,05 artinya secara parsial fasilitas terdapat pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Uji t_{hitung} variabel pelayanan prima terhadap kepuasan konsumen sebesar 0.-123 dengan t_{tabel} 1.661 karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tingkat signifikan 0,902 lebih besar dari 0,05 artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif pelayanan prima terhadap kepuasan konsumen. Uji t_{hitung} penetapan harga diskon terhadap kepuasan konsumen sebesar 4.673 dengan t_{tabel} 1.661 karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikan 0,00 lebih kecil dari 0,05 artinya secara parsial penetapan harga diskon berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen.

Uji f

Pedoman yang digunakan apabila probabilitas signifikan $> 0,05$ maka tidak ada pengaruh yang signifikan atau H_0 diterima dan H_a ditolak dan apabila probabilitas signifikan $< 0,05$ maka ada pengaruh yang signifikan atau H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F dapat disajikan pada Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	270.118	3	90.036	24.662	.000 ^b
Residual	335.882	92	3,651		
Total	606.000	95			

Uji f terdapat pengaruh yang simultan dan signifikan antara fasilitas, pelayanan prima dan penetapan harga diskon, hal ini ditunjukkan nilai f hitung > dari f tabel yaitu $24.662 > 1.661$.

Determinasi (R²)

Hasil determinasi dapat disajikan pada Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.668 ^a	.446	.42.8	2.870

Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat diartikan bahwa dapat dipengaruhi sekitar 42.8% oleh variabel fasilitas, pelayanan prima dan penetapan harga diskon, sedangkan sisanya 57.2% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh fasilitas, pelayanan prima dan penetapan harga diskon terhadap kepuasan konsumen (studi pada Fajar Musik Studio Jl. Hasanudin No. 223A Kota Batu), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dapat diketahui bahwa uji t_{hitung} fasilitas terhadap kepuasan konsumen sebesar 2.518 dengan t_{tabel} 1.661 karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.518 > 1.661$) dan tingkat signifikan 0,002 lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima dan dapat disimpulkan variabel fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

2. Pelayanan prima tidak memiliki hubungan positif dan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Terbukti dengan hasil uji t_{hitung} pelayanan prima terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,-123 dengan t_{tabel} 1.661 karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,-123 < 1.661$) dan tingkat signifikan 0,902 lebih besar dari 0,05 sehingga H_0 diterima dan H_2 ditolak dan dapat disimpulkan pelayanan prima tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
3. Penetapan Harga Diskon memiliki hubungan positif dan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Fajar musik studio. Terbukti dengan hasil uji t_{hitung} penetapan harga diskon terhadap kepuasan konsumen sebesar 4.673 dengan t_{tabel} 1.661 karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.673 > 1.661$) dan tingkat signifikan 0,00 lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima dan dapat disimpulkan penetapan harga diskon berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
4. Variabel fasilitas, pelayanan prima dan penetapan harga diskon menunjukkan pengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Fajar Musik Studio. Terbukti dengan hasil uji F diperoleh Sig. F 0,000 < 0,05 dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ $= 24.662 > 1.661$ maka hipotesis dapat diterima bahwa semua variabel bebas layak untuk menjelaskan variabel terikat yang dianalisis seperti yaitu fasilitas, pelayanan prima dan penetapan harga diskon terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Supangat, th, *Statika dalam kajian Deskriptif, Inferensi, dan Nonparametrik*, Bandung: Kencana purnada media group.
- Barata, Atep Adya. (2003) *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, Cetakan Ketiga, Penerbit Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Buchari Alma. (2005) *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta
- Cravens, David W. (1996) *Pemasaran Strategis* . Jakarta; Erlangga
- Dharmaesta & Irawan. (2011) *Manajemen pemasaran modern*, Edisi Kedua. Liberty

- Ghozali Imam. (2006) *Aplikasi SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. (2001) *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Hasibun, Malayu. (2002) *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara. Jakarta
- Kasmir. (2006) *Kewirausahaan* Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Kotler dan Armstrong. (2012) *Prinsip-prinsip pemasaran* jilid 1 Edisi Kedelapan
- Kotler, Philip. (2005) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: INDEKS
- Lupiyoadi Rambat dan Hamdani. (2001) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Maddy, Khairul. (2009) *Hakikat dan pengertian Pelayanan Prima*. Jakarta : Chama Digit
- Marzuki. (2005) *Metodologi Riset* . Yogyakarta: Ekonisia
- Nazir, Moh. (2014) *Metode penelitian dan statistik*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nina Rahmayanti. (2013) *Manajemen Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Graha Ilmu,
- Philip Kotler dan Keller. (2005) *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2, Erlangga, Jakarta
- Sugiyono. (2005) *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta, Bandung.
- . (2015) *Metodologi penelitian bisnis*. Jakarta, Salemba Empat
- Sutisna. (2001) *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Tjiptono, Fandy. (1997) *Strategi Pemasaran*. Andi, Yogyakarta.
- .(2001) *Kualitas jasa, Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial*. Majalah manajemen Usahawan Indonesia, Jakarta.
- . (2006) *Pemasaran Jasa*. Bayumedia, Malang.
- . (2004). *Manajemen jasa*
- . (2008) *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga, Yogyakarta: ANDI.