

Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup

Waras Widodo Saputro *)

Muhammad Mansur **)

Khalikussabur.***)

Universitas Islam Malang

Abstrack

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of price, service quality and product quality on customer satisfaction. Primary data collection using questionnaires and secondary data collection using a survey of consumers who visit PT. Abadi Literacy Group recorded 71 consumers as a population. using purposive sampling technique with criteria.

The results in this study indicate that there is a partial effect of price on customer satisfaction, service quality partially affects customer satisfaction, product quality partially affects customer satisfaction

Keywords: Price, Service Quality, Product Quality and Customer Satisfaction

Pendahuluan

Latar belakang

Bisnis saat ini sangat menjanjikan banyak peluang dan tantangan bagi sebuah perusahaan. Perusahaan saling berlomba untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Suatu perusahaan harus dapat bersaing dengan perusahaan lain agar perusahaan tersebut bisa bertahan dan di sisi lain perusahaan juga harus mengerti apa yang diinginkan oleh konsumen, sehingga konsumen akan merasa terpuaskan (Wulandari, 2018).

Penting bagi perusahaan untuk berfokus pada kepuasan pelanggan agar mampu bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Kepuasan adalah patokan untuk menilai sebuah kualitas produk dan layanan. Kepuasan pelanggan secara umum mengarah pada persepsi yang rumit, terkait dengan ekspektasi klien yang ditentukan baik dengan faktor kualitas objektif dan interaksi subjektif yang menentukan pengalaman pelanggan saat membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Zakaria, 2017).

Fenomena bisnis pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup terdapat suatu masalah mengenai ketidakpuasan pelanggan. Data yang ada menyebutkan tingkat keluhan dari pelanggan dapat diketahui bahwa prosentase tingkat keluhan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup, terdapat ketidakstabilan dalam setiap bulan yang diamati dalam enam bulan terakhir pada tahun 2021. Hal tersebut perlu di evaluasi karena data keluhan tersebut menunjukkan adanya ketidakpuasan pelanggan terhadap perusahaan baik dari segi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan begitu perusahaan perlu mengatur strategi untuk meminimalisir keluhan pelanggan dan selalu mengutamakan *best performance* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam mengatasi rendahnya tingkat kepuasan pelanggan maka salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan strategi meningkatkan kualitas pelayanan. Mengingat tingkat persaingan terus meningkat, maka pihak perusahaan harus meningkatkan kinerja perusahaan termasuk peningkatan pelayanan, untuk membangun

hubungan jangka panjang dengan pelanggannya atau calon pelanggan lain (Andalusi, 2018).

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup?
2. Bagaimana pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup?

Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup
2. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup

Manfaat Penelitian

Dapat memberi pengetahuan dan kontribusi pada pengembangan teori terutama penerapan pengetahuan Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan.

Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

Harga

Menurut (Kothler dan Armstrong, 2017) Dalam arti yang sempit harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan ialah prioritas yang diberikan perusahaan jasa agar dinilai layanan yang diberikan perusahaan jasa agar dinilai layanan yang diberikan berkualitas dan bertujuan untuk memuaskan pelanggan dengan menawarkan atau memberikan layanan yang memenuhi standar konsumen (Sulaeman, 2018).

\

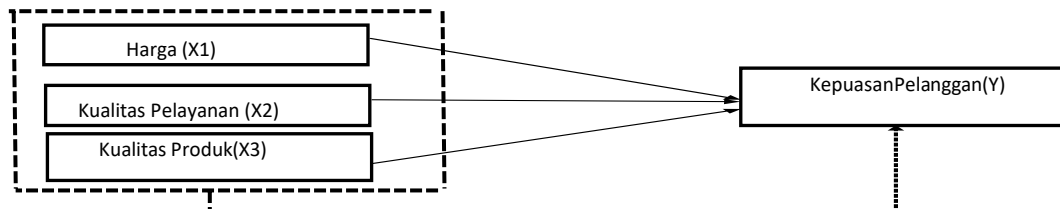
Kualitas Produk

Menurut (Zamroni, 2016) kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Menurut (Kothler, 2016) kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk dalam hal untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang terbebas dari kesalahan atau kegagalan produk tersebut.

Kepuasan Pelanggan

Menurut (Tjiptono, 2017) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan sebagai “Suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa”. Sebagai tanggapan dari pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa.

Kerangka Konseptual



Hipotesis

- H0 : Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara silmutan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup
- H1 : Harga secara Parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup
- H2 : Kualitas Pelayanan secara Parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup
- H3 : Kualitas Produk secara Parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian eksplanatori (*explanatory research*). Menurut (Sugiyono, 2017) *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2017) Pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Lokasi

Lokasi penelitian ini dilakukan di kantor PT. Literasi Nusantara Abadi Grup yang beralamatkan di Jl. Puncak Joyo Agung Regency kav B11, Merjosari, Kecamatan, Lowokwaru, Kota Malang.

Populasi

Populasi penelitian ini adalah pelanggan PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.

Sampel

Perhitungan dengan rumus Slovin (Sugiyono, 2017) maka jumlah sampel yang digunakan sebanyak 71 orang. Sampel ditentukan menjadi 100 orang untuk mengantisipasi kuisioner yang mungkin saja tidak dapat digunakan pada penelitian.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen

Kepuasan Pelanggan (Y) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. (Kotler, 2017)

Variabel Independen

Harga (X1) adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. (Basu, 2017)

Kualitas pelayanan (X2) adalah indikasi performa, tidak berbentuk, menghilang dengan cepat untuk dijadikan pengalaman dibandingkan diperoleh sehingga pemakai terlibat lebih aktif dalam fase konsumsi layanan (Rahman, 2019).

Kualitas Produk (X3) adalah kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk dalam hal untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang terbebas dari kesalahan atau kegagalan produk tersebut.

Sumber Data dan Pengumpulan Data

Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut (Sugiyono, 2017) mendefinisikan data primer adalah sebagai berikut “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”.

Pengumpulan Data

Metode dalam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan kuisioner (angket). Kuisioner merupakan pengumpulan data dengan memberi seperangkat pertanyaan tertulis yang ditunjukkan kepada responden untuk di jawab. Responden adalah orang yang akan diteliti (sampel).

Metode Analisis Data

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji validitas berguna untuk mengukur seberapa *valid* suatu kuesioner yang telah dijawab oleh responden. Uji validitas dalam penelitian dilakukan perbandingan antara nilai r hitung dengan r table dengan *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika r hitung lebih besar dari r table dan nilai positif serta $sig < 0,05$ maka butir atau pertanyaan indikator tersebut dinyatakan *valid*.

Uji Reliabilitas

Menurut Uji Reliabilitas menurut (Ghozali, 2018) adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan ialah konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Untuk menentukan suatu instrumen reliabel atau tidak, maka bisa menggunakan batas nilai *Alpha* 0,6.

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen maupun dependen mempunyai distribusi yang normal atau tidak (Ghozali, 2018).

Uji Asumsi klasik

Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Menurut (Ghozali, 2018), cara mendeteksi terhadap adanya multikolinieritas dalam model regresi yang bebas Multikolinieritas yaitu nilai $VIF \leq 10$, dan besarnya *Tolerance* pedoman suatu model regresi yang bebas Multikolinieritas yaitu nilai $Tolerance \geq 0,1$.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Apabila dalam asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan (Ghozali, 2018).

Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Sugiyono, 2017) “Analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (*kriterium*), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya)”.

Uji Hipotesis

Uji Signifikan Silmutan (Uji F)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau joint mempengaruhi variabel dependen (Ghozali 2018). Pengujian ini dilakukan dengan melihat signifikansi nilai F yang kriteria pengujiannya seperti *One Way Anova*, yaitu Apabila nilai signifikansi $< (0,05)$ maka dapat dikatakan bahwa variabel X secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y

Uji Parsial (Uji t)

Uji hipotesis digunakan untuk menguji apakah pengaruh variabel X terhadap Y signifikan atau tidak dengan Uji Parsial (Uji t). Menurut (Ghozali, 2018) Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel *independent*. Uji t untuk melihat hipotesis parsial (melihat pengaruh masing-masing variabel X terhadap variabel Y. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi level 0,05 ($\alpha=5\%$).

Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini menggunakan *Adjusted R²* berkisar antara 0 dan 1. Nilai *Adjusted R²* yang semakin mendekati 1 maka kemampuan model

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji validitas

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keputusan
Harga (X1)	X1.1	0,818	0,227	Valid
	X1.2	0,738	0,227	Valid
	X1.3	0,788	0,227	Valid
	X1.4	0,812	0,227	Valid
Kualitas Pelayanan (x2)	X2.1	0,667	0,227	Valid
	X2.2	0,646	0,227	Valid
	X2.3	0,622	0,227	Valid
	X2.4	0,721	0,227	Valid
Kualitas Produk (x3)	X3.1	0,643	0,227	Valid
	X3.2	0,665	0,227	Valid
	X3.3	0,769	0,227	Valid
Kepuasan Pelanggan (y)	Y.1	0,807	0,227	Valid
	Y.2	0,638	0,227	Valid
	Y.3	0,542	0,227	Valid
	Y.4	0,615	0,227	Valid

Sumber : Data Primer, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas, diartikan semua aspek pada penelitian mempunyai nilai r hitung $>$ r tabel hingga diartikan masing masing instrument penelitian sudah berstandar validitas.

Uji Reliabilitas

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Keputusan
Harga (X1)	0,880	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,755	Reliabel
Kualitas Produk (X3)	0,730	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,729	Reliabel

Sumber : Data Primer, 2022

Aspek penelitian mempunyai nilai α cronbach $>$ 0.6 yang berarti instrument penelitian ini reliabel untuk digunakan.

Uji Normalitas

Tabel 3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	71
Normal Parameters ^a	
Mean	.0000000
Std. Deviation	1.38003965
Most Extreme Differences	
Absolute	.082
Positive	.082
Negative	-.081
Kolmogorov-Smirnov Z	.689
Asymp. Sig. (2-tailed)	.729

a. Test distribution is Normal.

Sumber : data primer, 2022

Berdasarkan hasil dari tabel 3 menjelaskan bahwa nilai signifikansi nya adalah 0.729 yang berarti data berdistribusi dengan normal karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* $>$ 0.05.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Tabel 4 Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.548	1.352		2.624	.011		
Harga	.209	.11	.244	2.202	.046	.315	3.174
Kualitas Pelayanan	.344	.108	.358	3.193	.002	.460	2.176
Kualitas Produk	.341	.153	.270	2.223	.030	.393	2.545

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : data primer, 2022

Berdasarkan hasil pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai VIF pada variabel X1 yaitu 3.174 yang berarti tidak terjadi gejala multikolnieritas karena nilai VIF < 10.00 dan nilai *Tolerance* > 0.1, selanjutnya pada variabel X2 menunjukkan nilai yaitu 2.176 yang berarti tidak terdapat multikolnieritas dengan asumsi nilai VIF < 10.00 dan nilai *Tolerance* > 0.1, pada variabel X3 yaitu 2.545 yang berarti tidak terjadi gejala multikolnieritas kearena niali VIF < 10.00 dan nilai *Tolerance* > 0.1.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.337	.799		4.175	.000
Harga	.048	.068	.145	.707	.482
Kualitas Pelayanan	.058	.064	.155	.914	.364
Kualitas Produk	.167	.091	.337	1.843	.070

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Data Primer, 2022

Berdasarkan hasil dari tabel 5 menjelaskan bahwa nilai Sig. Pada variabel Harga (X1) menunjukkan hasil yaitu 0.482 yang berarti tidak terdapat heterokedastisitas karena nilai Sig. > 0.05, pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) menunjukkan hasil yaitu 0.364 yang berarti tidak terdapat heteroskedastisitas karena nilai Sig. > 0.05, dan yang terahir pada variabel Kualitas Produk (X3) menunjukkan hasil yaitu 0.070 yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas. karena nilai Sig. > 0.05.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.548	1.352		2.624	.011
Harga	.209	.116	.244	2.202	.046
Kualitas Pelayanan	.344	.108	.358	3.193	.002
Kualitas Produk	.341	.153	.270	2.223	.030

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer, 2022

$$Y = 3.548 + 0,209X_1 + 0,344X_2 + 0,341X_3 + e$$

Persamaan regresi linear berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a = Nilai konstanta sebesar 3.548, artinya apabila semua variabel independen yaitu Harga (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂), dan Kualitas Produk (X₃) dianggap konstan bernilai 0.
- b₁ = Nilai koefisien regresi pada variabel Harga (X₁) diperoleh sebesar 0,209 bernilai positif artinya variabel Harga (X₁) mempunyai pengaruh positif jadi apabila semakin tinggi nilai variabel Harga (X₁) maka akan semakin tinggi pula nilai variabel Kepuasan pelanggan (Y).
- b₂ = Nilai koefisien regresi pada variabel Kualitas pelayanan (X₂) diperoleh sebesar 0,344 bernilai positif artinya variabel Kualitas pelayanan (X₂) mempunyai pengaruh positif jadi apabila semakin tinggi nilai variabel Kualitas Pelayanan (X₂) maka akan semakin tinggi pula nilai variabel Kepuasan Pelanggan (Y).
- b₃ = Nilai koefisien regresi pada variabel Kualitas Produk (X₃) diperoleh sebesar 0,341 bernilai positif artinya variabel Kualitas Produk (X₃) mempunyai pengaruh positif jadi apabila semakin tinggi nilai variabel Kualitas Produk (X₃) maka akan semakin tinggi pula nilai variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Uji Hipotesis

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 7 Uji Silmutan (Uji F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	210.628	3	70.209	35.285	.000 ^a
	Residual	133.316	67	1.990		
	Total	343.944	70			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer, 2022

Dari keterangan tabel 7 Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, dengan $df_1=3$ dan $df_2=67$ sehingga F_{tabel} diperoleh 2.740. Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui $F_{hitung} 35.282 > F_{tabel} 2.740$ dan nilai sig F adalah $0,000 < 0,05$. Dengan demikian berdasarkan hipotesis (H₁) Variabel Harga (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂), dan Kualitas Produk (X₃) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Uji parsial (Uji t)

Tabel 8 Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.548	1.352		2.624	.011
Harga	.209	.116	.244	2.202	.046
Kualitas Pelayanan	.344	.108	.358	3.193	.002
Kualitas Produk	.341	.153	.270	2.223	.030

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer, 2022

Dari tabel 8 analisis uji t dapat diketahui :

1. Harga (X1)

Berdasarkan tabel 8 Nilai t_{hitung} Harga diperoleh 2.002 sedangkan nilai t_{tabel} pada derajat bebas (df) = $n-k-1 = 71-3-1 = 68$ dihasilkan 1.995. Jika dibandingkan maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu ($2.002 > 1.995$). Nilai sig yang diperoleh $0,046 < 0,05$ menunjukkan bahwa H2 diterima. Sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel Harga (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Kualitas Pelayanan (X2)

Berdasarkan tabel 8 Nilai t_{hitung} Kualitas Pelayanan diperoleh 3.913 sedangkan nilai t_{tabel} pada derajat bebas (df) = $n-k-1 = 71-3-1 = 68$ dihasilkan 1.995. Jika dibandingkan maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu ($3.913 > 1.995$). Nilai sig yang diperoleh $0,002 < 0,05$ menunjukkan bahwa H3 diterima. Sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

3. Kualitas Produk (X3)

Berdasarkan tabel 8 Nilai t_{hitung} Kualitas produk diperoleh 2.223 sedangkan nilai t_{tabel} pada derajat bebas (df) = $n-k-1 = 71-3-1 = 68$ dihasilkan 1.995. Jika dibandingkan maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu ($2.223 > 1.995$). Nilai sig yang diperoleh $0,030 < 0,05$ menunjukkan bahwa H4 diterima. Sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel Kualitas Produk (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.612	.595	1.41060

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer, 2022

Dari tabel 9 hasil yang diperoleh dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa *Adjusted R Square* sebesar 59.5% variabel dependen yakni Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Kualitas Produk (X3) sedangkan 40.5% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup secara simultan

Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui hipotesis (H_1) Variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kualitas Produk (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Masnia, 2017), (Ghofur, 2017), (Zakaria, 2017), (Andalusi, 2018), dan (Nurrudin, 2021) menyatakan Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Kualitas Produk (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah diketahui dari variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup. Hal ini hasil penelitian ini sejalan dengan (Masnia, 2017), (Ghofur, 2017), (Zakaria, 2017), (Andalusi, 2018), dan (Nurrudin, 2021). Maka dijelaskan bahwa semakin baik harga yang ditawarkan, maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Pengelola PT. Literasi Nusantara Abadi Grup diharapkan dapat menetapkan strategi harga yang lebih tepat agar kepuasan pelanggannya semakin meningkat.

Harga sangat berperan penting dalam proses suatu transaksi jual beli, terlebih untuk masyarakat kalangan menengah ke bawah harga sangat berpengaruh besar dalam menunjang kepuasan pelanggan. Jika harga yang ditawarkan sesuai dengan nilai produk maka akan mampu menarik minat konsumen untuk membeli. Dengan begitu konsumen akan merasa puas karena kebutuhan akan terpenuhi dan apa yang mereka dapatkan sudah sesuai dengan apa yang mereka inginkan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.

Hal ini hasil penelitian ini sejalan dengan (Masnia, 2017), (Ghofur, 2017), (Zakaria, 2017), (Andalusi, 2018), dan (Nurrudin, 2021). Maka dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi kualitas suatu layanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Pengelola PT. Literasi Nusantara Abadi Grup diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanannya supaya kepuasan pelanggan semakin meningkat. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup sendiri telah mempunyai Standart Operasional Prosedur (SOP) yang sudah disesuaikan dengan standart pelayanan nasional. Seperti kondisi peralatan yang dimiliki, karyawan yang sigap dan handal, kenyamanan, kerapian, keramahan, serta memiliki media transaksi seperti brosur dan formulir yang lengkap.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah diketahui dari variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.

Hal ini hasil penelitian ini sejalan dengan Nurrudin, 2021), (Masnia, 2017), dan (Zakaria, 2027) Maka dijelaskan bahwa semakin tinggi kualitas suatu produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan Pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup diharapkan dapat menyediakan produk berkualitas sesuai dengan brand image perusahaan. Maka Produk yang dijual harus meningkatkan standar dan kualitas agar dapat menambah nilai kepuasan kepada pelanggan.

Kesimpulan

1. Bahwa terdapat pengaruh signifikan secara Simultan antara variabel Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup. Hal tersebut dibuktikan dari hasil Uji F.
2. Variabel Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada

- PT. Literasi Nusantara Abadi Grup. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil Uji t.
3. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup. Hal tersebut dibuktikan dari hasil Uji t.
 4. Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup. Hal tersebut dibuktikan dari hasil Uji t.

Keterbatasan Penelitian

1. Jumlah sampel yang sedikit sedangkan Pelanggan yang pernah melakukan pembelian di PT. Literasi Nusantara Abadi Grup banyak, akan tetapi karena tidak pasti berapa jumlah konsumen yang pernah melakukan pembelian pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
2. Penelitian ini hanya menggunakan beberapa variabel saja yaitu : Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk sebagai variabel bebas dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel terikat.

Daftar Pustaka

- Andalusi, Ratih. (2018). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan instrumen penunjang laboratorium (studi kasus pada PT. Laborindo sarana Jakarta.*
- Chandrika, Hendro. (2018). *Pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen handphone merek iphone kotasemarang. Jurnal ilmiah fakultas ilmu social dan ilmu politik universitas diponegoro.*
- Gofur, Abdul. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(1), 37-44.*
- Nurrudin, Mahmud. (2021). *Pengaruh harga, kualitas Produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di transmart setia budi Semarang. Jurnal Ekonomi dan Bisnis STIE Anindyaguna.*
- Salman, Farisi. (2018). *Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu adidas pada mahasiswa universitas Muhammadiyah sumatera utara. Jurnal ilmiah fakultas ekonomi universitas muhammadiyah sumatera utara.*
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D bisnis.*

Waras Widodo Saputro* Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Drs. Ec. Muhammad Mansur, M.Si.** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Khalikussabir, SE, MM. *** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma