

Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

Pelanggan Pada Roemah Londre Paciran-Lamongan

Masruroh^{1*}, Rosyiatul Ilmiah^{2*}

¹ Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Paciran Lamongan, 62291, Jawa Timur, Indonesia.

² Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Paciran Lamongan, 62291, Jawa Timur, Indonesia.

Abstract

Pendahuluan: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada roemah laondre Paciran-Lamongan dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada roemah londre Paciran-Lamongan. **Metode:** Penelitian ini dilaksanakan di Roemah Londre Paciran-Lamongan. Jumlah sampel pada penelitian ini 78 orang, teknik pengambilan sampel yaitu teknik purposive sampling, metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Data yang diperoleh dianalisa secara kuantitatif dengan menggunakan analisis berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinan (R^2), dan pengujian hipotesis (uji T, Uji F). **Hasil:** Berdasarkan hasil analisis statistik, diketahui bahwa secara simultan ada pengaruh dari variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hasil uji korelasi R^2 diketahui bahwa hasil R Square sebesar 0,820. Artinya bahwa sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 82,0% sedangkan sisanya 18,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan

Article Info

Affiliation:

Program Studi Manajemen,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
Muhammadiyah Paciran,
Lamongan, Jawa Timur,
Indonesia.

*Correspondence:

E-mail address:

masruroh.ed20@gmail.com,

rossiilmiyah@gmail.com

Article History:

Received: 10 Januari 2017

Accepted: 20 Agustus 2017

1. Pendahuluan

Usaha kecil merupakana usah yang mempunyai jumlah tenaga kerja kurang dari 50 orang, Menurut Undang-Undang No. 9 tahun 1995 dalam kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha);
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.1.000.000.000,-
- c. Milik warga Negara Indonesia;
- d. Berdiri sedndiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar;
- e. Berbentuk usaha perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, termasuk koperasi.

Menurut Jayanti (2014) Usaha kecil umumnya merupakan perusahaan perorangan. Perusahaan perseorangan adalah suatu bisnis yang dimiliki oleh pemilik tunggal sedangkan perusahaan perorangan adalah pemilik dari suatu perusahaan perseorangan. Bagi yang hendak memulai bisnis kecil, bentuk perusahaan perseorangan atau yang juga dikenal dengan usaha dagang adalah bentuk yang di pandang paling sesuai. Perusahaan perseorangan merupakan bentuk badan usaha yang biasanya didirikan oleh satu orang, umumnya modal untuk sebuah peusahaan perseorangan juga berasal dari satu orang saja. Semua orang bebas berkembang membuat bisnis personal tanpa ada batasan untuk mendirikannya.

Perusahaan perseorangan adalah perusahaan yang paling digemari masyarakat karena bentuk usaha ini dikelola oleh satu orang yang mengendalikan semua keputusan, dan menerima seluruh *profit*, serta bertanggungjawab atas semua hutang dan kewajiban. Tentu saja selalu ada nilai lebih dan nilai kurang dari sebuah perusahaan, termasuk perusahaan perseorangan. Contoh perusahaan perseorangan adalah membuka bisnis laundry. Laba yang dihasilkan oleh perusahaan perseorangan adalah menjadi milik pribadi yang diterima oleh para pengusaha tersebut dan kena pajak yang diwajibkan oleh *Internal Revenue Service (IRS)* (Saidin: 2013).

Penelitian ini di lakukan di salah satu bisnis laundry yang ada di desa paciran-lamongan. Bisnis laundry ini bernama “**Roemah Londre Paciran**” dengan selogannya “Solusi Cuci Cepat Pakaian Anda”. Awalnya usaha laundry ini beroperasi di desa Kemantren dengan menggunakan sistem delivery, tidak lama kemudian usaha laundry ini pindah tempat ke desa Paciran yang letaknya juga strategis, dekat dengan pemukiman dan akses jalanannya juga mudah. Usaha laundry ini menawarkan berbagi pelayanan yang banyak, mulai dari sistem antar jemput (*delivery*), satu hari selesai, dan bisa memilih pewangi yang sesuai dengan keinginan pelanggan, dan dari segi harganya juga terjangkau karna sudah menerapkan sistem cuci kiloan.

Harga (*price*) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Philip Kotler, 2008:345), sedangkan Menurut Kotler (2000:25) Kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Karena itu kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan menggambarkan seberapa penting pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, kini semakin disadari bahwa pengaruh pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dalam rangka persaingan bisnis.

Kepuasan pelanggan memiliki definisi respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Maka dapat diartikan “kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen” (Zeithaml *et al*, 2000:75).

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Definisi Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan terhadap suatu produk (barang atau jasa), atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi mendapatkan manfaat dari produk tersebut (Kotler *et al*, 2001), sedangkan menurut Samsul Ramli (2013) juga berpendapat, bahwa pengertian harga adalah nilai relatif yang dimiliki oleh suatu produk. Nilai tersebut bukanlah indikator pasti yang menunjukkan besarnya sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk.

Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa harga memiliki fungsi sebagai alat ukur nilai suatu barang, cara membedakan suatu barang, menentukan jumlah barang yang akan diproduksi dan pembagiannya kepada konsumen. Menurut Stanton (1998) menyatakan bahwa ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu, **Pertama**, Keterjangkauan harga yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen; **Kedua**, Daya saing harga yaitu penawaran harga yang diberikan oleh produsen/penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain, pada satu jenis produk yang sama; **Ketiga**, Kesesuaian harga dengan kualitas produk yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen; dan **Keempat**, Kesesuaian harga dengan manfaat produk yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang di beli.

2.2 Definisi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2007), definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup.

Menurut Tjiptono (2008) menyatakan bahwa kualitas layanan terdiri dari lima dimensi utama yang disusun menjadi indikator yang telah disesuaikan sebagai berikut:

1. Reliabilitas (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.
2. Daya Tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
3. Jaminan (*assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).
4. Empati (*emphaty*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti Fisik (*tangibles*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.

2.3 Definisi Kepuasan Konsumen

Menurut Umar (2005:65) menyatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya, Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Sedangkan menurut Philip Kotler *et all* (2007:177) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Hawkins *et all* dalam Tjiptono (2004:101) atribut pembentuk kepuasam terdiri dari **Pertama**,

Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan; **Kedua**, Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait; **Ketiga**, Kesediaan merekomendasi merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

2.4 Definisi Laundry

Laundry diambil dari kata *launder* yang berarti mencuci pakaian atau bahan tekstil. Kata laundry sudah akrab dalam kehidupan berbahasa keseharian kita. Menurut samosir (2014) dalam Handari (2018), usaha laundry adalah usaha yang bergerak dibidang jasa cuci setrika. Jasa laundry dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, diantaranya:

1. Berdasarkan sistem perhitungan, yaitu laundry satuan, laundry kiloan, laundry berlangganan.
2. Berdasarkan sistem pencucian, laundry biasa atau normal yaitu proses pencucian untuk menghilangkan kotoran dan noda pada kain dengan memakai air dan bahan kimia pencuci, baik dengan menggunakan mesin maupun tangan, *laundry dry cleaning* proses pencucian untuk menghilangkan kotoran dan noda pada kain namun berbeda dengan laundry biasa karena dengan menggunakan bahan kimia dan mesin khusus.
3. Berdasarkan waktu pengerjaan, laundry kilat atau 6 jam pengerjaan, laundry *one day service* atau satu hari pengerjaan, laundry *ordinary/regular* adalah jenis laundry yang melayani dengan lama waktu pengerjaannya tiga sampai empat hari.

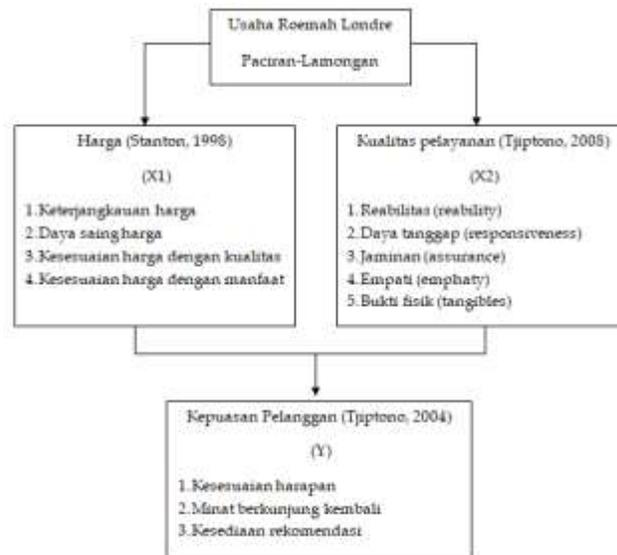
2.5 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan Dwi Aliyyah Apriyani Sunarti dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *The Little A Coffe Shop* Sidoarjo”, dengan tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan di *The Little A Coffe Shop* Sidoarjo terhadap kepuasan konsumen, penelitian yang dilakukan menggunakan (*Explanatory Research*) dengan pendekatan kuantitatif, jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden yang dianalisis menggunakan regresi linier berganda, hasil dalam penelitian bahwa secara parsial variabel-variabel kualitas pelayanan berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Juga penelitian terdahulu yang dilakukan Putu Reina Algista Tarigan (2018) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Kita-Kita *Tour and Travel*” dengan tujuan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen Kita-Kita *Tour and Travel*. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan penggunaan jasa dari Kita-Kita *Tour and Travel* pada tahun 2014-2017, jumlah sampel yang diambil sebanyak 88 responden, teknik pengambilan sampel

menggunakan *purposive sampling*, dalam teknik pengumpulan data digunakan 2 jenis yaitu data primer dan data sekunder, metode analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda, hasil dari penelitian ini bahwa variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan dan harga secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan.

2.6 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

2.7 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran maka dapat diduga bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Roemah Londre Paciran-Lamongan.

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis dan Gambaran Obyek Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, menurut Kasiram (2008:149) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif yaitu suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui, penelitian ini berupa data yang diperoleh dari hasil wawancara dan *survey* (kuisioner) pada pelanggan Roemah Londre Paciran-Lamongan untuk meneliti pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, teknik penyampelan menggunakan *purposive sampling* “teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu” (Sugiyono, 2016:85), agar hasil dari penelitian representatif maka kuisioner diajukan khusus kepada pelanggan Roemah Londre Paciran-Lamongan.

Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa laundry pada bulan Agustus – Desember 2018 berdasarkan data yang diberikan oleh manajemen Roemah Londre Paciran-Lamongan sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Pelanggan Bulan Agustus – Desember 2018

Bulan/Tahun	Jumlah Pelanggan
Agustus 2018	77
September 2018	70
Oktober 2018	65
November 2018	68
Desember 2018	72
Total	352

Sumber: Manajemen Roemah Londre Paciran-Lamongan

3.2 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yang juga dikenal dengan *sampling pertimbangan*. Menurut Margono (2004:128) menyatakan bahwa *Purposive Sampling* ialah pemilihan sekelompok subyek didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan cirri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya, dengan kata lain unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian atau permasalahan penelitian.

Berdasarkan definisi diatas, peneliti memberikan beberapa kriteria yang dapat dijadikan sampel adalah sebagai berikut:

1. Pelanggan menggunakan jasa laundry pada bulan Agustus-Desember 2018 di Roemah Londre Paciran-Lamongan;
2. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan pada Roemah Londre Paciran-Lamongan.

Dalam menentukan besarnya sampel, salah satu cara yang digunakan adalah menggunakan rumus slovin yaitu sebuah rumus atau formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti, rumus slovin ini pertama kali diperkenalkan oleh Slovin pada tahun 1960. Rumus slovin ini biasa digunakan dalam penelitian survey dimana biasanya jumlah sampel besar, sehingga diperlukan sebuah formula untuk mendapatkan sampel yang sedikit tetapi dapat mewakili keseluruhan populasi.

Rumus slovin dalam Sugiyono (2011:87) dengan tingkat kesalahan 10% dan jumlah populasi (N) ditemukan berdasarkan jumlah pelanggan yang menggunakan jasa laundry selama bulan

Agustus – Desember 2018, maka ditentukan N : 352, maka jumlah responden ditemukan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan:

- n : besaran sampel
 N : besaran populasi
 d : tingkat presisi (10%)

$$\begin{aligned}n &= \frac{352}{352 (10\%)^2 + 1} \\n &= \frac{352}{352 (0,01) + 1} \\n &= \frac{352}{3,52 + 1} \\n &= \frac{352}{4,52} \\n &= 77,8\end{aligned}$$

Sehingga dapat ditentukan jumlah sampel sebesar 77,8 atau dibulatkan menjadi 78 responden.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kuantitatif, pengumpulan data berdasarkan tekniknya yaitu melalui kuesioner, wawancara, observasi, studi pustaka, dan dokumentasi.

Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan melalui lembar kertas kepada responden dengan panduan yang sudah ditentukan dalam kuesioner tersebut. Menurut Sugiyono (2016:142) bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan oleh responden, kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan terbuka dan tertutup.

Wawancara

Merupakan teknik pengumpulan data dalam metode *survey* yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subyek penelitian. Menurut Sugiono (2001) dalam Laila (2018:37) menunjukkan bahwa teknik wawancara dapat dilakukan dengan dua cara yaitu melalui tahap tatap muka dan melalui media komunikasi. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan pada manajemen usaha laundry dan pelanggan usaha laundry dengan pertanyaan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan di Roemah Londre Paciran-Lamongan.

Observasi

Observasi merupakan metode penelitian dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian, observasi sebagai teknik pengumpulan data dengan cirri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Menurut Hadi (1986) dalam sugiyono (2016:145) mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan suatu teknik pengumpulan data untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang diteliti, informasi itu dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah, tesis dan disertasi, ensiklopedia dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lain. Menurut Sugiyono (2011:291) terdapat tiga kriteria yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian, yaitu relevansi, kemutakhiran, dan keaslian. Relevansi berarti teori yang dikemukakan sesuai dengan permasalahan yang diteliti, kemutakhiran berarti terkait dengan kebaruan teori atau referensi yang digunakan, keaslian terkait dengan keaslian sumber penelitian.

Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2011:329) menunjukkan bahwa dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi adalah kumpulan dari dokumen-dokumen yang dapat memberikan keterangan atau bukti yang berkaitan dengan proses pengumpulan data dan pengelolaan dokumen secara sistematis serta menyebarluaskan kepada pemakai informasi tersebut. Peneliti memperoleh data dan dokumen-dokumen tertulis. Penulis membaca dan mempelajari berbagai tulisan dari buku-buku, jurnal-jurnal, dan internet yang berkaitan dan mendukung kebenaran dan keabsahan dari hasil yang diperoleh dari penelitian ini.

3.4 Teknik Analisis Data

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, maka pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 19, dan beberapa metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk memilih item-item pertanyaan yang relevan untuk dianalisis. Menurut Sugiharto *et al* (2006) bahwa validitas berhubungan dengan suatu peubah mengukur apa yang seharusnya diukur, validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur, uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur.

Uji Reliabilitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana konsistensi dari suatu instrument penelitian. Menurut ghozali (2012) menyatakan bahwa reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indicator dari variabel, suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliabel akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 19. Kriteria penilaian uji reabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut:

1. Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikan 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel atau terpercaya;
2. Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikan 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel atau tidak terpercaya.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan mengamati penyebaran data pada sumbu diagonal suatu grafik. Menurut Santoso (2001) bahwa dasar pengambilan keputusan memenuhi normalitas atau tidak, ketentuannya adalah sebagai berikut:

- a). Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas;
- b). Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti garis diagonal, maka regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena gangguan varian yang berbeda antar observasi satu ke observasi lain. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan mengamati grafik *scatter plot* pada *output* SPSS. Menurut Priyanto (2009) ketentuannya adalah sebagai berikut:

- a). Jika titik-titiknya membentuk pola tertentu yang teratur, maka diindikasikan terdapat masalah heteroskedastisitas;
- b). Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titiknya menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka diindikasikan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji suatu model apakah terjadi hubungan yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel bebas, sehingga sulit untuk memisahkan

pengaruh antara variabel-variabel itu secara individu terhadap variabel terikat. Pengujian ini untuk mengetahui apakah antar variabel bebas dalam persamaan regresi tersebut tidak saling berkorelasi. Untuk mendeteksi multikolinearitas adalah dengan melihat nilai *tolerance* dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), dimana menurut Hair *et al* dalam Priyanto (2009) variabel dikatakan mempunyai masalah multikolinearitas apabila nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 atau VIF lebih besar dari 10.

Analisis Regresi Linier Berganda

Pada dasarnya regresi linier berganda adalah model prediksi atau peramalan dengan menggunakan data berskala interval atau rasio serta terdapat lebih dari satu predictor, pada analisis ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh harga (X1) yang meliputi keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Dan Kualitas pelayanan (X2) yang meliputi reabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, terhadap kepuasan pelanggan pada Roemah Londre Paciran-Lamongan. Model hubungan nilai pelanggan dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y = Variabel terikat atau response

X1 = Variabel bebas atau prediktor (Harga)

X2 = variabel bebas atau prediktor (Kualitas Pelayanan)

a = Konstanta

b = Slope atau koefisien estimate

e = Error

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen (X1, X2, ... Xn) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. R² sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya R² sama dengan 1, maka prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen (Duwi:2015).

Uji Hipotesis

1. Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Menurut Ghazali (2005) dalam Laila (2018:46) Uji T digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X1 (Harga) dan variabel X2 (kualitas pelayanan) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) secara terpisah atau parsial. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Ho: Variabel-variabel bebas (Harga dan Kualitas pelayanan) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan)

Ha: Variabel-variabel bebas (Harga dan Kualitas pelayanan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan).

Dasar pengambilan keputusan menurut Ghazali (2005:84) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- a). Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka Ho diterima dan Ha ditolak;
- b). Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat, signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi, penggunaan signifikansinya beragam, tergantung keinginan peneliti, yaitu: 0,01 (1%), 0,05 (5%), dan 0,1 (10%). Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah:

Ho: Variabel-variabel bebas yaitu harga dan kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan;

Ha: Variabel-variabel bebas yaitu harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan.

Dasar pengambilan keputusannya Ghazali (2005:84) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- a). Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka Ho diterima dan Ha ditolak;
- b). Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Untuk mencapai tujuan penelitian ini dalam mengetahui tanggapan pelanggan mengenai harga dan kualitas pelayanan yang ada pada Roemah Londre Paciran-Lamongan, maka dilakukan penelitian yang berjenis deskriptif dengan menggunakan sumber data primer yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara kepada pemilik Roemah Londre Paciran-Lamongan dan dari hasil

menyebarkan kuesioner.

Menurut Sugiyono (2016:38) menunjukkan bahwa variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya, sedangkan menurut Hatch *et al* (1981) dalam Sugiyono (2016:38) menunjukkan bahwa variabel yaitu atribut seseorang, atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan orang yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain. Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu:

Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*, atau dalam bahasa Indonesia disebut dengan variabel bebas, variabel bebas adalah “variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen” (Sugiyono, 2016:39). Penelitian ini mempunyai dua variabel independen yaitu X1 sebagai Harga dan X2 sebagai Kualitas Pelayanan.

Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut dengan variabel *output*, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan “variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas” (Sugiyono, 2016:39). Dalam penelitian ini yang jadi variabel dependen adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini yang digunakan untuk mengukur variabel yaitu dengan skala *likert* atau skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial, skala ini merupakan suatu skala psikometrik yang biasa diaplikasikan dalam angket dan paling sering digunakan untuk riset yang berupa *survey*, diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, “kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan” (Sugiyono, 2016:93).

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, adapun yang akan digunakan peneliti dalam setiap item instrumen yaitu menggunakan kata-kata sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju;
- b. Setuju;
- c. Ragu-ragu;
- d. Tidak Setuju;
- e. Sangat Tidak setuju.

Untuk tujuan analisis kuantitatif maka ditetapkan jawaban dari responden, pada masing-masing dari jawaban responden mendapat skor yang terbagi dalam penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk jawaban (a) diberi skor 5 yang berarti Sangat setuju
- b. Untuk jawaban (b) diberi skor 4 yang berarti Setuju
- c. Untuk jawaban (c) diberi skor 3 yang berarti Ragu-ragu
- d. Untuk jawaban (d) diberi skor 2 yang berarti Tidak Setuju
- e. Untuk jawaban (e) diberi skor 1 yang berarti Sangat Tidak Setuju

4. Analisis Dan Pembahasan

4.1 Sejarah Perusahaan

Dilihat dari hasil wawancara pada tanggal 25 Mei 2019 kepada saudari Neli selaku salah satu owner di perusahaan laundry ini, yang memotivasi saudari Neli dalam mendirikan usaha laundry ini yaitu berawal ketika saudari Neli melakukan Studi di Yogyakarta ia melihat usaha laundry berjejeran didekat kampus, dan dari situlah saudari Neli mempunyai ide membuka usaha laundry ini dengan temannya.

Saudari Neli dan Nita membuka usaha laundry di Paciran dengan nama ROEMAH LONDRE pada tahun 2009 hingga sekarang, kurang lebih sudah 10 tahun ini dan ditahun 2015 sudah bisa membuka cabang di kota Magetan yang dibawa oleh saudari Nita dan di kota Yogyakarta yang dipegang saudari Neli sedangkan yang di Paciran mereka percayakan kepada salah satu karyawan yang juga masih ada ikatan keluarga untuk menjadi manajer dalam usaha laundry tersebut , Mereka berdua memulai usaha laundry ini lagi dengan modal awal Rp. 2.500.000,00; dengan mempunyai 1 mesin cuci, mereka membuka usaha laundry ini dirumah saudari Neli yang sudah tidak ditempati, awalnya usaha laundry tersebut hanya mempunyai 1 karyawan, karena kemajuan usaha laundry tersebut berkembang dengan cepat mereka menambah lagi 3 karyawan dan laundry tersebut mempunyai 4 karyawan.

Usaha laundry ini memiliki visi dan misi yaitu menciptakan lapangan pekerjaan karena mereka termotivasi dengan keadaan mereka dulu yang sulit dalam mencari pekerjaan akhirnya mereka berdua bertekad untuk berbisnis dengan membuka usaha laundry ini, usaha laundry ini dari tahun ketahun perkembangannya sangat maju. Roemah Londre dibuka setiap hari pada jam 08:00 WIB dan ditutup pada jam 16:00 WIB, yang menjadikan Roemah Londre ini spesial yaitu dengan harga terjangkau, proses pencucian yang di pisah-pisah sesuai dengan kepemilikan konsumen, bisa memilih pengawi sesuai dengan selera konsumen, *delivery*, lokasi yang strategis, juga menyediakan layanan cuci *express*, adapun harga yang ditawarkan Roemah Londre dari pertama buka hingga sekarang, sebagai berikut:

Tabel 2. Harga Yang di Tawarkan di Roemah Londre Paciran

Jenis Layanan	Harga Awal Buka	Harga Sekarang
Cuci Kering	Rp. 4.000	Rp. 4.000
Cuci Kering + Setrika	Rp. 5.500	Rp. 6.500
Setrika	Rp. 2.500	Rp. 4.000

Sumber: Manajemen Roemah Londre Paciran-Lamongan

Struktur Organisasi



Gambar 2. Struktur Organisasi (Roemah Londre Paciran)

4.2 Pengujian Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Variabel Harga (X1)

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,726	0,227	Valid
2	0,764	0,227	Valid
3	0,760	0,227	Valid
4	0,601	0,227	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai r hitung dari pernyataan 1 sampai 4 pada variabel harga lebih besar dari r tabel (0,227), maka dapat di simpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel harga tersebut dikatakan valid.

Variabel Kualitas pelayanan (X2)

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas pelayanan (X2)

Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
1	0,707	0,227	Valid
2	0,791	0,227	Valid
3	0,721	0,227	Valid
4	0,648	0,227	Valid
5	0,457	0,227	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai r hitung dari pernyataan 1 sampai 5 pada variabel kualitas pelayanan lebih besar dari r tabel (0,227), maka dapat di simpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel kualitas pelayanan tersebut dikatakan valid.

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,678	0,227	Valid
2	0,829	0,227	Valid
3	0,849	0,227	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai r hitung dari pernyataan 1 sampai 3 pada variabel kepuasan pelanggan lebih besar dari r tabel (0,227), maka dapat di simpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan tersebut dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

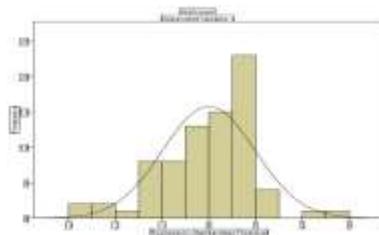
No	Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Cronbach's standard</i>	keterangan
1	Harga	0,669	0,6	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan	0,697	0,6	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan	0,693	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa *cronbach's alpha* lebih besar dari *cronbach's standard* (0,6), maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dikatakan reliabel.

4.3 Uji Asumsi Klasik

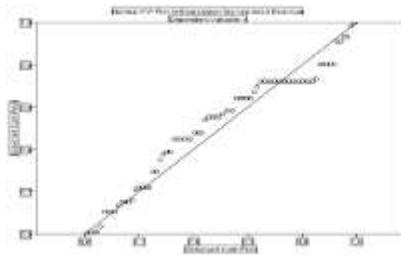
Uji Normalitas



Gambar 3. Hasil Uji Normalitas Analisis Grafik Histogram

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Pada gambar 3 dapat dilihat dari hasil pengolahan data diketahui bahwa grafik variabel Y mengikuti bentuk distribusi normal dengan bentuk histogram yang hampir sama dengan bentuk distribusi normal yang ditentukan, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

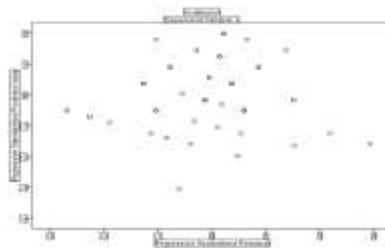


Gambar 4. Hasil Uji Normalitas Analisis Grafik *Normal Probability Plot*

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Pada gambar 4 dapat dilihat bahwa hasil model tersebut normal, karena dilihat dari data yang menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka dapat disimpulkan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan *Scatterplot*

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Pada gambar 5 dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)		-1,689	,095		
	x1	,318	2,555	,013	,155	6,441
	x2	,605	4,868	,000	,155	6,441

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Pada tabel 7 menunjukkan tidak ada variabel yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,1 dan pada nilai VIF juga tidak terdapat satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas.

4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Hasil Analisis Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	-1,302	,771
	x1	,256	,100
	x2	,442	,091

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel 8 diperoleh persamaan berikut ini:

$$Y = -1,302 + 0,256 x1 + 0,442 x2 + e$$

Apabila seluruh variabel independen dianggap konstan maka nilai variabel dependen adalah sebesar -1,302, dapat dilihat juga nilai koefisien regresi X1 sebesar 0,256 sedangkan nilai koefisien regresi X2 sebesar 0,442. Maka dapat diartikan bahwa variabel X2 lebih berpengaruh dibandingkan dengan variabel X1.

4.5 Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9 Uji Hasil Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,906 ^a	,820	,815	,617

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Dilihat pada tabel 9 diperoleh hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,820 (82,0%), maknanya bahwa besarnya pengaruh variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 82,0% dan sisanya 18,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

**Tabel 10. Hasil Uji t
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,302	,771		-1,689	,095
	x1	,256	,100	,318	2,555	,013
	x2	,442	,091	,605	4,868	,000

a. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Pada tabel 10 dapat dilihat hasil pengujian hipotesis untuk variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) sebagai berikut:

- Variabel harga (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), hal ini dapat dilihat karena pada t hitung (2,555) lebih besar dari pada t tabel (1,992) dan nilai signifikan (0,013) lebih kecil dari (0,05), maka dapat disimpulkan Ho ditolak dan Ha diterima.
- Variabel kualitas pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), hal ini dapat dilihat karena pada t hitung (4,868) lebih besar dari pada t tabel (1,992) dan nilai signifikan (0,000) lebih kecil dari (0,05), maka dapat disimpulkan Ho ditolak dan Ha diterima.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

**Tabel 11. Hasil Uji F
ANOVA^b**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	130,084	2	65,042	170,972	,000 ^a
	Residual	28,532	75	,380		
	Total	158,615	77			

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel 11 dari hasil tersebut menunjukkan bahwa F hitung (170,972) > dari F tabel (3,12), maka dapat disimpulkan bahwa Ha di terima dan Ho di tolak.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas harga (X1) dan Kualitas pelayanan (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan (Y).

4.6 Pembahasan

Hasil dari penelitian ini berdasarkan data dan analisa yang telah dilakukan oleh peneliti, dengan adanya bantuan dari *software statistic* versi 19, sehingga dapat diketahui bahwa harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Roemah Londre Paciran-Lamongan.

a. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji T diketahui bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada roemah londre Paciran-Lamongan, terbukti dengan tingkat signifikan sebesar 0,013 yang lebih kecil dari 0,05 (sig. 0,013 < 0,05) dan T hitung sebesar 2,555 yang lebih besar dari T tabel 1,992 (t hitung 2,555 > t tabel 1,922). Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan roemah londre Paciran-Lamongan. Hal ini berarti setiap peningkatan dan penurunan kepuasan pelanggan roemah londre Paciran-Lamongan dipengaruhi oleh peningkatan atau penurunan harga tersebut.

Harga adalah bentuk biaya moneter yang dikorbankan konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. “bagi perusahaan penetapan harga merupakan cara untuk membedakan penawarannya dari para pesaing” (Hasan, 2013:521).

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji T diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada roemah londre Paciran-Lamongan, terbukti dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (sig. 0,000 < 0,05) dan T hitung sebesar 4,868 yang lebih besar dari T tabel 1,992 (t hitung 4,868 > t tabel 1,922). Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan roemah londre Paciran-Lamongan. Hal ini berarti setiap peningkatan dan penurunan kepuasan pelanggan roemah londre Paciran-Lamongan dipengaruhi oleh peningkatan atau penurunan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan dengan variabel harga.

Tjiptono (2007) dalam Handari (2018:9), mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

c. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji F, menunjukkan adanya pengaruh secara simultan bersama-sama antara variabel independen harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan pada roemah londre Paciran-Lamongan terbukti dengan nilai F hitung (170,972) > dari F tabel (3,12) dan tingkat signifikansi 0,000 dibawa 0,05, hal ini dapat diartikan bahwa model regresi linear berganda layak sebagai model penelitian ini.

Dalam pengaruh secara simultan ini dihasilkn koefisien korelasi berganda (R) sebesar 90,6% dari data yang ada menunjukkan variabel independen harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang erat terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan pada roemah londre Paciran-Lamongan.

Koefisien determinasi berganda (R²) sebesar 82,0% dari data tersebut menunjukkan bahwa variabel independen harga dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel dependen kepuasan pelanggan pada roemah londre Paciran-Lamongan, sedangkan sisanya 18,0% dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan peneliti, maka dapat menarik kesimpulan mengenai judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Roemah Londre Paciran-Lamongan” yaitu sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji T (parsial) diketahui bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada roemah londre Paciran-Lamongan, terbukti dengan tingkat signifikan sebesar 0,013 yang lebih kecil dari 0,05 (sig. 0,013 < 0,05) dan T hitung sebesar 2,555 yang lebih besar dari T tabel 1,992 (t hitung 2,555 > t tabel 1,922). Maka Ha diterima Ho ditolak. Jika variabel harga di tingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,256.
- b. Berdasarkan uji hipotesis menggunakan uji T (parsial) diketahui bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada roemah londre Paciran-Lamongan, terbukti dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (sig. 0,000 < 0,05) dan T hitung sebesar 4,868 yang lebih besar dari T tabel 1,992 (t hitung 4,868 > t tabel 1,922). Maka Ha diterima Ho ditolak. Jika variabel kualitas pelayanan di tingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,442.
- c. Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji F (simultan), menunjukkan adanya pengaruh secara simultan bersama-sama antara variabel independen harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan pada roemah londre

Paciran-Lamongan terbukti dengan tingkat signifikansi 0,000 dibawa 0,05, dan F hitung (170,972) > dari F tabel (3,12), maka dapat disimpulkan bahwa H_a di terima dan H_o di tolak. Terlihat juga pada koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 82,0% sedangkan sisanya 18,0% dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

6. Implikasi Dan Keterbatasan Penelitian

Implikasi Teoritis

- a. Harga adalah suatu label yang semua perusahaan perdagangan memilikinya, “bagi perusahaan penetapan harga merupakan cara untuk membedakan penawarannya dari para pesaing” (Hasan, 2013:521). Dari hasil penelitian ini bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada roemah londre Paciran-Lamongan, hal ini dapat mengandung implikasi supaya perusahaan roemah Londre Paciran-Lamongan dapat meningkatkan atau mempertahankan harga tersebut dari para pesaing agar kepuasan pelanggan akan tetap terjaga dan juga dapat meningkat.
- b. Kualitas pelayanan adalah aspek terpenting bagi setiap perusahaan, karena jika kualitas pelayanan itu baik maka pelanggan akan puas dan terciptanya loyalitas pelanggan, begitu pula sebaliknya. Dari hasil penelitian ini bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada roemah londre Paciran-Lamongan, hal ini dapat mengandung implikasi supaya perusahaan dapat mempertahankan kualitas pelayanan atau juga bisa meningkatkan kualitas pelayanan tersebut agar jasa laundry ini tetap diminati dan terus digunakan oleh pelanggan.

Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk pertimbangan, sekaligus sebagai masukan bagi usaha roemah londre Paciran-Lamongan untuk lebih memperhatikan/menjaga harga dan kualitas pelayanan, itu dikarenakan di era globalisasi ini perusahaan dituntut untuk memiliki nilai plus dibanding perusahaan laundry lain, sehingga terciptanya kepuasan pelanggan serta terciptanya loyalitas pelanggan pada usaha laundry ini.

Keterbatasan

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, mengingat masih terdapat keterbatasan-keterbatasan antara lain menyangkut:

- a. Dalam penentuan variabel penelitian ini hampir sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu, tanpa banyak kesempatan untuk menelaah lebih seksama.
- b. Kurang optimalnya penelitian dikarenakan keterbatasan waktu akibat jam kerja peneliti sama dengan waktu jam kerja di roemah londre Paciran-Lamongan.

- c. Banyak faktor yang mempengaruhi penelitian, salah satu faktor yaitu ada responden yang mengisi kusioner dengan asal menjawab dikarenakan keterbatasan waktu akan kesibukan responden.
- d. Adanya keterbatasan financial dan dana karena penelitian ini dilakukan secara mandiri tanpa adanya pihak lain yang terlibat.

Daftar Pustaka

Sumber Literatur

- Anwar, P, M. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT Remaja rosda karya.
- Hasan, (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. Edisi Milenium, Prentice Hall, Inc Jersey.
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: alfabeta.
- _____, (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumber Penelitian

- Handari, B, S. (2018) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen HCL, *Skripsi*, Institut Pertanian Bogor.
- Laila, S, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan UD Prima Karya Payaman Solokuro-Lamongan, *Skripsi*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Paciran-Lamongan.
- Sunarti, D, A, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konsumen *The Little Acoffee Shop* Sidoarjo. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 51(2): 1-7
- Tarigan, P, R, A. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Kita-kita Tour and Traveling, *Skripsi*, Universitas Sumatra Utara, Medan.

Sumber Internet

- Arta, A. (2017). Indikator harga, Promosi dan Keputusan Pembelian, Dikutip pada 22 Januari 2017 dari <https://artaqila.blogspot.com/2017/12/indikator-harga-promosi-dan-keputusan-pembelian.html?m=1>.
- Baniyah, D, R. (2016). Definisi Operasional Variabel. Dikutip pada 22 Januari 2017 dari <http://dwiriyantikasyabaniyah.blogspot.com/p/definisi-operasonal-variabel.html?m=1>.
- Ciputra, (2016). Kualitas Pelayanan Dimensi dan Pengukurannya. Dikutip pada 22 Januari 2017 dari <http://ciputrauceo.net/blog/2016/2/18/kualitas-pelayanan-dimensi-dan-cara-mengukurnya>.
- Duwi, (2011). Analisis Regresi Linier Berganda, Dikutip pada 22 Januari 2017 dari <http://duwiconsultant.blogspot.com/2011/11/analisis-regresi-linier-berganda.html?m=1>.
- Jayanti, L. (2014). Pengertian Usaha kecil. Dikutip pada 22 Januari 2017 dari <http://lindajayanti98.wordpress.com/2014/10/14/makalah-usaha-kecil/>.
- Nainggolan, A. (2016). Pengertian Harga Menurut para ahli. Dikutip pada 22 Januari 2017 dari <http://pengertianharga.blogspot.com/2016/03/pengertian-harga-menurut-para-ahli.html?m=1>.
- Nusantara, B. (2014). Uji validitas, Uji Reliabilitas. Dikutip pada 22 Januari 2017 dari <http://gmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>.

- Pustaka, E. (2016). Pengertian dan Indikator Kepuasan Pelanggan Menurut Para Ahli. Dikutip pada 22 Januari 2017 dari <https://etalasepustaka.blogspot.com/2016/08/pengertian-indikator-kepuasan-pelanggan-menurut-para-ahli.html?m=1>.
- Raharjo S, (2013). Pengumpulan Data dengan Dokumentasi. Dikutip pada 22 Januari 2017 dari <https://www.konsistensi.com/2013/04/pengumpulan-data-penelitian-dengan.html?m=1>.
- Saidin, M. (2013) Bentuk Badan Perusahaan. Dikutip pada 22 Januari 2017 dari <https://masrianisaidin.wordpress.com/2013/11/26/perusahaan-perseorangan-3/>.
- Setiawan S, (2019). Studi Kepustakaan, Pengertian, Tujuan, Peranan, Sumber, Strategi. Dikutip pada 22 Januari 2017 dari <https://www.gurupendidikan.co.id/studi-kepustakaan-pengertian-tujuan-peranan-sumber-strategi/>.
- Siswandari, (2012). Uji Asumsi Klasik. Dikutip pada 22 Januari 2017 dari <http://dataolah.blogspot.com/2012/07/v-behaviorurldefaultvml.html?m=1>.
- Suroto, R. (2018), Pengertian Laundry Secara Umum. Dikutip pada 22 Januari 2017 dari <https://harimukti-teknik.com/pengertian-laundry/>.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 *Kriteria Usaha Kecil*, Jakarta.