

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. JALA NIAGA ELOK (JNE) CABANG PAMULANG

Putri Nilam Kencana ¹, Andi Sopandi ², Balyah Munadjat

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email: dosen00187@unpam.ac.id

ABSTRAK

Tujuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kepemimpinan terhadap kinerja karyawan Pada PT. ISS Indonesia Divisi Cleaning Service Penempatan di PT. Jakarta Land, Jakarta Selatan. Untuk mengetahui bagaimana motivasi kerja terhadap kinerja Pada PT. ISS Indonesia Divisi Cleaning Service Penempatan di PT. Jakarta Land, Jakarta Selatan. untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kepemimpinan dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. ISS Indonesia Divisi Cleaning Service, Jakarta Selatan.

Metode. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket kuesioner. Analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

Hasil. penelitian ini adalah Budaya Organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dengan persamaan regresi $Y = -3,170 + 0,405X_1 + 0,657X_2$, nilai koefisien korelasi sebesar 0,627 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan koefisien determinasi sebesar 39,3%. Uji hipotesis diperoleh t hitung $> t$ tabel atau ($6,187 > 2,001$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara Budaya Organisasi terhadap kinerja karyawan. Disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dengan persamaan regresi $Y=6,633+ 0,19847X_2$ nilai koefisien korelasi sebesar 0,536 artinya kedua memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan koefisien determinasi sebesar 28,7%. Uji hipotesis diperoleh t hitung $> t$ tabel atau ($4,8721 > 2,001$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara Disiplin kerja terhadap kinerja karyawan. Budaya Organisasi dan Disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dengan persamaan regresi $Y = 13,694 + 0,413X_1 + 0,244X_2$. Nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,669 artinya variabel bebas dengan variabel terikat memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan koefisien determinasi atau pengaruh secara simultan sebesar 44,8% sedangkan sisanya sebesar 55,2% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung $> F$ tabel atau ($60,087 > 3,09$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan Budaya Organisasi dan Disiplin terhadap kinerja karyawan Pada PT. Jala Niaga Elok Cabang Pamulang Penempatan di PT. Jala Niaga Elok Cabang Pamulang.

Kata Kunci. Kualitas Pelayanan ,Harga Dan Kepuasan Konsumen

1. Pendahuluan

Perkembangan dunia bisnis yang semakin cepat dan laju pertumbuhan penduduk yang semakin padat membuat dunia usaha sekarang ini semakin ketat dalam proses persaingan. Banyaknya kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin bervariasi membuat para perusahaan melakukan inovasi dan peningkatan kualitas dalam produk dan layanannya. Pada era sekarang ini tidak hanya produk yang menjadi salah satu idola dalam dunia bisnis, namun bisnis dalam bidang jasa juga semakin ketat dan saling berinovasi. Berbagai macam kualitas jasa yang sangat beragam dan kualitas pelayanan yang unggul menjadikan salah satu alasan memilih layanan jasa tersebut. Pada saat ini persaingan perusahaan semakin ketat tanpa terkecuali yang terjadi saat ini pada penyedia jasa pengiriman bagi masyarakat luas, agar tercapainya kemudahan dan kepuasan masyarakat luas sebagai konsumen yang sangat penting dalam kehidupan. Pada saat ini proses pengiriman barang sangat sering dilakukan oleh masyarakat luas dan prosesnya pun berlangsung sangat cepat. Bila sebelumnya masyarakat melakukan transaksi jual beli secara langsung (konvensional). Sekarang ini masyarakat Indonesia mulai beralih ke pasar maya dan telah terbiasa dengan transaksi jual beli melalui internet. Tingginya frekuensi pengiriman barang tersebut salah satunya disebabkan oleh maraknya penjualan online dan pengiriman dokumen-dokumen yang dilakukan oleh perusahaan. Hal inilah yang merangsang pasar jasa pengiriman barang semakin tumbuh berkembang. Mungkin pada dahulu kala masyarakat hanya mengenal PT. Pos Indonesia sebagai perusahaan jasa pengiriman, baik surat menyurat ataupun pengiriman barang. Namun kini persaingan antar perusahaan jasa pengiriman semakin sengit karena banyaknya pemain baru yang berdatangan, bahkan perusahaan dari luar negeri pun ikut memasuki pasar jasa pengiriman barang di Indonesia. Kunci utama untuk memenangkan persaingan dalam perusahaan adalah dengan cara memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Keberhasilan suatu perusahaan dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan memuaskan konsumennya. Ketatnya persaingan pada usaha pengiriman barang terlihat dengan gencarnya penawaran yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan lain, baik dari segi pelayanan maupun dari segi harga. Karena pada umumnya harga merupakan indikator pengukuran akan kualitas suatu barang atau jasa. PT. Jala Niaga Elok (JNE) didirikan pada tanggal 26 November 1990 oleh H. Soeprapto Suparno. Perusahaan ini dirintis sebagai sebuah divisi dari PT Citra van Titipan Kilat (TIKI) untuk mengurusi jaringan kurir internasional. Bermula dengan delapan orang dan kapital 100 juta rupiah, JNE memulai kegiatan usahanya yang terpusat pada penanganan kegiatan kepabeanan, impor kiriman barang, dokumen serta pengantarannya dari luar negeri ke Indonesia. Pada tahun 1991, JNE memperluas jaringan internasional dengan bergabung sebagai anggota asosiasi perusahaan-perusahaan kurir beberapa negara Asia (ACCA) yang bermarkas di Hongkong yang kemudian memberi kesempatan kepada JNE untuk mengembangkan wilayah antaran sampai ke seluruh dunia. Menurut Sampara dan Sinambela (2011:5) pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan konsumen. Perusahaan harus dapat mendesain kualitas pelayanan, yaitu melalui lima dimensi jasa yang lebih unggul dari pesaing-pesaingnya untuk mengantisipasi agar perusahaan mampu bersaing dan dapat memberikan pelayanan yang maksimal. Lima dimensi jasa tersebut Menurut Suhardi (2016:285) harga adalah suatu besaran yang harus disiapkan oleh konsumen yang ingin mendapatkan barang / jasa. Keputusan tentang harga mempunyai implikasi yang cukup luas bagi perusahaan ataupun bagi konsumen. Karena apabila harga terlalu tinggi dapat menimbulkan kemungkinan menurunkan daya beli sebaliknya apabila harga terlalu rendah, dapat memberatkan perusahaan pula dalam beroperasi dan akan memicu perang harga dari pesaing.). harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan konsumen untuk memperoleh produk atau jasa. Harga dikatakan mahal, murah atau biasa-biasa saja dari setiap individu tidaklah harus sama, karena tergantung dari persepsi individu yang dilatar belakangi oleh lingkungan kehidupan dan kondisi

individu Menurut Kotler dan Keller (2016:138-139) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Perusahaan akan berhasil memperoleh konsumen dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Ketika konsumen telah merasa puas maka akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan. Kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh dibawah harapan konsumen maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan senang. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan pelayanan suatu perusahaan jasa, omongan orang lain dan informasi iklan. Namun demikian faktor harga bukan satu-satunya faktor penentu dalam bisnis jasa pengiriman, karena masih ada faktor lain yang juga tidak kalah pentingnya, yaitu faktor kepuasan. Tidak ada artinya ongkos kirim murah jika pelayanannya buruk dan waktu pengirimannya lebih lama dari yang dijanjikan.

Permasalahan ini perlu segera diatasi karena akan memberikan dampak kepada perusahaan dimana kualitas pelayanan yang kurang / tidak sesuai dengan harapan konsumen akan memberikan pengaruh yang kurang baik kepada kepuasan konsumen yang akhirnya akan berdampak pada keuntungan perusahaan.

Kajian Pustaka dan Hipotesis

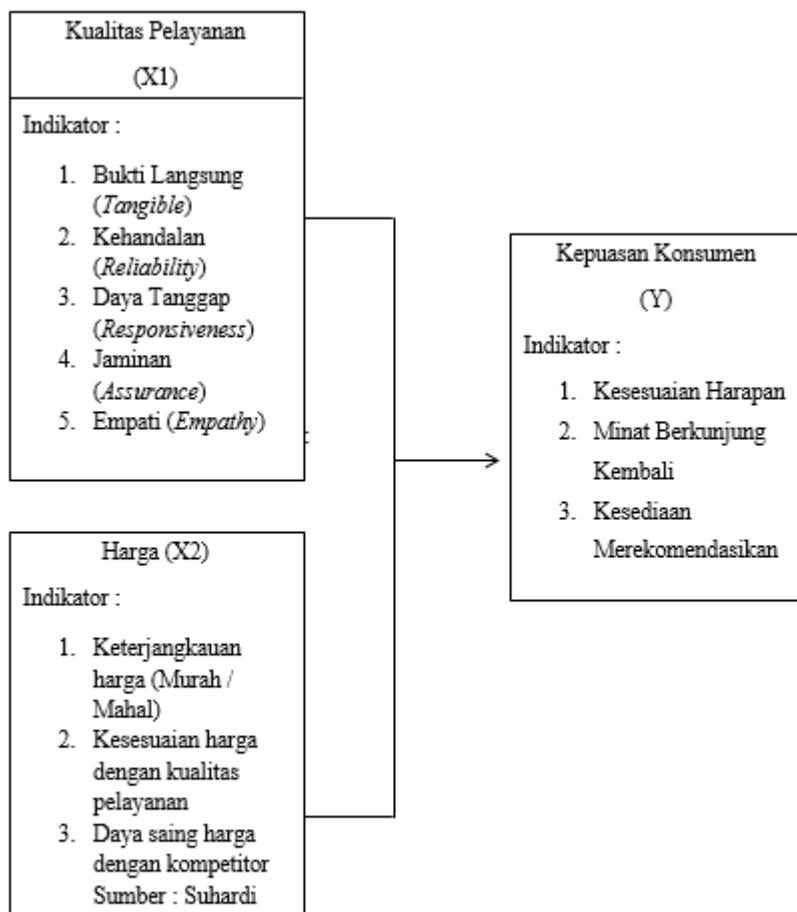
Pengertian Kualitas. Menurut Kartini Kartono (2015:9) kepemimpinan adalah seorang yang ditunjuk sebagai pemimpin berdasarkan keputusan dan pengangkatan untuk memangku suatu jabatan dalam struktur organisasi, dengan segala hak dan kewajiban yang berkaitan dengannya, untuk mencapai sasaran organisasi. Menurut Hasibuan(2019:170) mengatakan bahwa kepemimpinan adalah cara seorang pemimpin mempengaruhi perilaku bawahannya, agar mao bekerja sama dan bekerja secara produktif untuk mencapai tujuan organisasi.

Harga. Menurut (Kotler dan keller, 2016:115) Menyatakan bahwa Harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan probabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengomunikasikan proposal nilai suatu produk Menurut (Sunyoto, 2012:130) Harga adalah "uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara".

Kepuasan Pelanggan. Menurut Yazid (2015:55) "Kepuasan pelanggan adalah ketiadaan perbedaan antara harapan yang dimiliki dan unjuk kerja yang senyataanya diterima menurut Tjiptono (2016:76) "Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja atau hasil setelah pembelian".

2. Metode Penelitian

Perusahaan yang menjadi objek Penelitian ini dilaksanakan di Penelitian ini dilaksanakan di PT. ISS Indonesia Divisi Cleaning Service Penempatan di PT. Jakarta Land, Jakarta Selatan di Alamat Jl. HR Rasuna Said Kav 1-2 Blok X-5 Kuningan Timur Setiabudi Jakarta Selatan DKI Jakarta, RT.6/RW.7, Kuningan, Karet Kuningan, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12940.dengan jumlah sampel 61 responden Jenis penelitian ini menggunakan metode Asosiatif, Sugiyono (2018:15) diartikan sebagai penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	R _{Hitung}	R _{Tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan				
No	Pernyataan	R _{Hitung}	R _{Tabel}	Keterangan
1	Butir Pernyataan 1	0,467	0,1946	Valid
2	Butir Pernyataan 2	0,595	0,1946	Valid
3	Butir Pernyataan 3	0,644	0,1946	Valid
4	Butir Pernyataan 4	0,728	0,1946	Valid
5	Butir Pernyataan 5	0,706	0,1946	Valid
6	Butir Pernyataan 6	0,724	0,1946	Valid
7	Butir Pernyataan 7	0,721	0,1946	Valid
8	Butir Pernyataan 8	0,644	0,1946	Valid

9	Butir Pernyataan 9	0,651	0,1946	Valid
10	Butir Pernyataan 10	0,640	0,1946	Valid
Harga				
1	Butir Pernyataan 1	0,591	0,1946	Valid
2	Butir Pernyataan 2	0,688	0,1946	Valid
3	Butir Pernyataan 3	0,630	0,1946	Valid
4	Butir Pernyataan 4	0,741	0,1946	Valid
5	Butir Pernyataan 5	0,701	0,1946	Valid
6	Butir Pernyataan 6	0,713	0,1946	Valid
7	Butir Pernyataan 7	0,554	0,1946	Valid
8	Butir Pernyataan 8	0,555	0,1946	Valid
9	Butir Pernyataan 9	0,578	0,1946	Valid
10	Butir Pernyataan 10	0,655	0,1946	Valid
Kepuasan Konsumen				
1	Butir Pernyataan 1	0,775	0,1946	Valid
2	Butir Pernyataan 2	0,723	0,1946	Valid
3	Butir Pernyataan 3	0,837	0,1946	Valid
4	Butir Pernyataan 4	0,754	0,1946	Valid
5	Butir Pernyataan 5	0,623	0,1946	Valid
6	Butir Pernyataan 6	0,779	0,1946	Valid
7	Butir Pernyataan 7	0,483	0,1946	Valid
8	Butir Pernyataan 8	0,822	0,1946	Valid
9	Butir Pernyataan 9	0,857	0,1946	Valid
10	Butir Pernyataan 10	0,836	0,1946	Valid

Sumber: Data diolah (2023)

Butir pernyataan dinyatakan valid, hal ini dibuktikan dengan semua item-item pernyataan memiliki nilai *corrected item total correlation* lebih besar dari nilai r tabel 0,1946. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

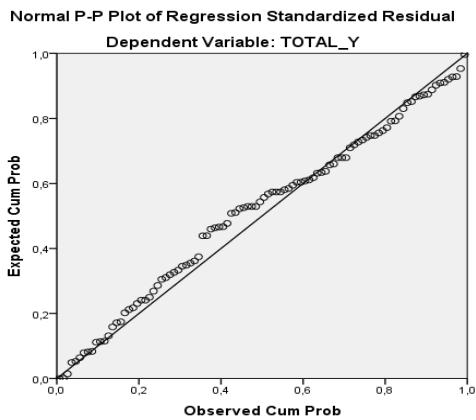
Variabel	Cronbatch Alpha	Standart Cronbach Alpha	Keputusan
Kualitas Pelayanan (X1)	846	0.600	Reliabel
Harga (X2)	840	0.600	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	914	0.600	Reliabel

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, menunjukkan bahwa Ketiga variabel tersebut memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 yang berarti reliabel atau memenuhi persyaratan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Sumber: Data diolah 2023

Gambar 2 Uji Normalitas P-P Plot

Pada gambar grafik diatas dapat dilihat bahwa grafik normal *probability plot* menunjukkan pola grafik yang normal. Hal ini terlihat dari titik – titik yang menyebar disekitar grafik normal dengan titik – titik yang menyebar disekitar garis diagonal. Dengan penyebaran yang mengikuti alur garis diagonal tersebut maka disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Pengujian Multikolinearitas

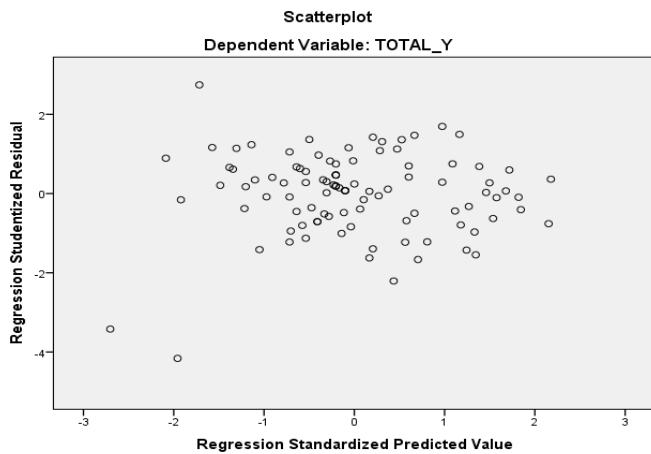
Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-3,170	4,034		-,786	,434		
	Kualitas Pelayanan X1	,405	,103	,314	3,941	,000	,724	1,381
	Harga X2	,657	,099	,529	6,633	,000	,724	1,381

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Data diolah 2023

Dari tabel di atas dapat diketahui nilai VIF lebih kecil dari pada 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas di antara variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah, 2023
Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas

Menunjukkan bahwa titik-titik pada scatterplot tidak beraturan atau membentuk suatu pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini.

Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Hasil Pengujian Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,170	4,034		,434
	Kualitas				
	Pelayanan	,405	,103	,314	,000
	(X1)				
	Harga (X2)	,657	,099	,529	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber ; Data diolah 2023

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = -3,170 + 0,405X_1 + 0,657X_2$. Dari persamaan tersebut diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar -3,170 diartikan bahwa jika variabel X1 dan X2 tidak ada maka kepuasan pelanggan sebesar -3,170

2. Nilai 0,405 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel X2, maka setiap perubahan 1 unit pada variabel X1 akan mengkibatkan terjadinya perubahan pada Y sebesar 0,405 point.
3. Nilai 0,657 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel X2, maka setiap perubahan 1 unit pada variabel X1 akan mengkibatkan terjadinya perubahan pada Y sebesar 0,657 point. Analisis Koefisien Korelasi Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat hubungan antar variabel

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 5. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,744 ^a	,553	,544	3,586

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber; Data diolah 2023

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi 0,553, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 55,3% sedangkan sisanya sebesar 44,7% dipengaruhi oleh faktor lain

Uji Hipotesis Uji Hipotesis

Tabel 6

**Uji t Parsial (X₁) Terhadap (Y)
Coefficients**

^a

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta	Std.		
1 (Constant)	18.162	3.399			5.343	.000
Kepemimpinan (X1)	.543	.088	.627	6.187		.000

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan (Y)

Sumber: Data Primer diolah 2021

Sumber: Data diolah 2023

Diketahui bahwa nilai t_{hitung} ($6.187 > 2.001$) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai ρ value $< \text{Sig.} 0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti H_0 diterima

Tabel 7
Uji t Parsial (X₂) Terhadap (Y)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,170	4,034		-,786	,434
	TOTAL_X1	,405	,103	,314	3,941	,000
	TOTAL_X2	,657	,099	,529	6,633	,000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan pada tabel diatas diperoleh nilai thitung (3,941) > ttabel (0,19847) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, maka H₀ ditolak dan H_a diterima yang artinya Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan pada tabel diatas diperoleh nilai thitung (6,633) > ttabel (0,19847) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, maka H₀ ditolak dan H_a diterima yang artinya Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Tabel 8. Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1544,980	2	772,490	60,087	,000 ^b
	Residual	1247,060	97	12,856		
	Total	2792,040	99			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_x2, TOTAL_X1

Sumber Data diolah 2023

Diperoleh nilai F_{hitung} ((60,087) > F_{tabel} (3,09) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan dan harga secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen.

Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendaratang

1. Jumlah responden yang hanya 100 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sebenarnya.
3. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.

5. Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan berdasarkan uji t pada tabel diperoleh nilai thitung (3,941) > ttabel (0,19847), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Harga berdasarkan uji F diperoleh nilai thitung (6,633) > ttabel (0,19847), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan demikian semakin meningkat kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, maka kepuasan pelanggan juga akan lebih meningkat.
2. Berdasarkan uji F diperoleh nilai Fhitung (60,087) > F_{tabel} (3,09) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan dan harga secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Hasil dari koefisien determinasi diperoleh dalam perhitungan terdapat R Square sebesar 0,553 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 55,3% sedangkan sisanya 44,7% dipengaruhi oleh faktor lain dan memiliki hubungan yg kuat. Dan dari hasil analisis regresi linear berganda dan uji F terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara bersama-sama antara kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan konsumen.

Daftar Pustaka

- Danang, Sunyoto. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Buku Seru
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. Pemasaran Esesi dan Aplikasi, Andi Offset, Yogyakarta.
- Hasibuan, Malayu S. P. 2019. Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah. Jakarta : Bumi Aksara.
- Kartono, Kartini. 2015. Pemimpin Dan Kepemimpinan. Jakarta. Penerbit: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT.
- Sinambela, L. P. (2011). Reformasi Pelayanan Publik: Teori, Kebijakan, Dan Implementasi (Cetakan ke). Jakarta: Bumi Aksara
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.

Suhardi. 2019. Pengaruh Motivasi Kerja, Kompetensi, Lingkungan Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan PT Asuransi Jiwa Di Kota Batam Dengan Organizational Citizenship Behavior Sebagai Variabel Intervening. Batam: Universitas Putera Batam.

Yazid Estien dan Lisda Nursanti. (2015). Biokimia Praktikum Analis Kesehatan. Jakarta:EGC.