



Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Wedding Organizer Syadalli Production* Di Bojongsari Depok

Muhammad Habibullah Lubis

Universitas Pamulang

Agus sulaiman Anhary

Univesitas Pamulang

Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang Bar., Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15417

Korespondensi penulis: Lubis3380@gmail.com¹ agus.sulaiman@unpam.ac.id²

Abstrak. *This research aims to determine the influence of service quality and price on consumer satisfaction at Wedding Organizer Syadalli Production in Bojongsari Depok, both partially and simultaneously. The method used is quantitative methods, the research sample is 95 respondents. Data analysis methods used in research include instrument tests consisting of validity tests, reliability tests, classical assumption tests consisting of normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, multiple linear regression tests, correlation coefficients, coefficient of determination tests, hypothesis tests consisting of partial t test and simultaneous f test. The research results show that service quality has an influence on consumer satisfaction with a calculated t value > t table or (11.516 > 1.985) and a significance value of 0.000 < 0.05. Thus, Ho1 is rejected and H1 is accepted. Price has a positive and significant influence on consumer satisfaction with a calculated t value > t table or (11.428 > 1.985) and a significance value of 0.000 < 0.05. Thus, Ho2 is rejected and H2 is accepted. Service quality and price have a positive and significant influence on consumer satisfaction with a calculated F value > F table or (78.638 > 3.090) and a significance value of 0.000 < 0.05. Thus, Ho3 is rejected and H3 is accepted. The result of the R-square value (coefficient of determination) is 0.631, it can be concluded that the service quality and price variables together have an influential contribution to the consumer satisfaction variable of 63.1%, while the remaining 36.9% is influenced by other factors or variables that are not researched*

Keywords: *Service quality, price, consumer satisfaction*

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Wedding Organizer Syadalli Production di Bojongsari Depok baik secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan adalah menggunakan metode kuantitatif, sampel penelitian adalah 95 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian meliputi uji instrumen terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji Regresi linier berganda, koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji hipotesis yang terdiri dari uji t secara parsial dan uji f secara simultan. Hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung > t tabel atau (11,516 > 1,985) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian maka Ho1 ditolak dan H1 diterima. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung > t tabel atau (11,428 > 1,985) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian maka Ho2 ditolak dan H2 diterima. Kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F hitung > F tabel atau (78,638 > 3,090) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian maka Ho3 ditolak dan H3 diterima. Hasil nilai R-square (koefisien determinasi) sebesar 0,631 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersamaan memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen 63,1%, sedangkan sisanya 36,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: *Kualitas pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen*

PENDAHULUAN

Kepuasan konsumen merupakan level dimana konsumen merasa jasa atau produk yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan. Menurut Kotler dan Keller (2019:153), “Menandakan secara umum bahwa Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang dirasakan dengan harapan”. Bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen tergantung dari produk atau pelayanan yang diberikan Dengan terpenuhinya kebutuhan dan juga keinginan para konsumen, maka konsumen merasa puas, maka konsumen akan kembali lalu merekomendasikan ke orang lain, dengan kata lain,dengan memberikan kepuasan kepada para konsumen, pelaku usaha telah menciptakan kesetiaan bagi para konsumen. Oleh karena itu menjadi penting bagi Wedding Organizer Syadalli Productio untuk memenuhi kepuasan konsumen. Berdasarkan keterangan tersebut data Penjualan dan jumlah konsumen Wedding Organizer Syadalli Production dari tahun 2020 sampai 2024 yaitu:

Tabel 1.1
Data Penjualan dan Konsumen
Wedding Organizer Syadalli Production Tahun 2019-2024

No.	Tahun	Jumlah konsumen
1.	2020	98
2.	2021	28
3	2022	42
4	2023	91
5	2024	95

Sumber: *Wedding Organizer Syadalli Production 2024*

Berdasarkan pada tabel 1.1 di atas data hasil penjualan dan jumlah konsumen selama. Dapat dikatakan bahwa di tiga tahun terakhir dikarenakan ketidaksesuaian pada pelayanan dan harga. *Wedding Organizer Syadalli Production* harus segera meningkatkan pelayanan agar tidak mengalami penurunan penjualan yang menyebabkan berkurangnya keuntungan dan juga akan kehilangan pelanggan. Dari informasi tersebut dapat beralasan bahwa terdapat permasalahan dalam pilihan pembelian di *Wedding Organizer Syadalli Production*. Rendahnya pilihan pembelian *Wedding Organizer Syadalli Production* merupakan masalah besar bagi perusahaan. Dengan asumsi tingkat pilihan pembeli berkurang, maka gaji atau gaji *Wedding Organizer Syadalli Production* akan berkurang. Masalah dalam pilihan pembelian sebagian besar terjadi karena masalah kualitas pelayanan dan harga

Tabel 1.2
Pra Survey Kualitas Pelayanan Pada Wedding Organizer Syadalli Production

No	Pertanyaan	Jawaban Responden				Jumlah Responden
		Ya	%	Tidak	%	
1	Apakah dekorasi yang diberikan <i>Wedding Organizer Syadalli Production</i> sangat baik? Berwujud	13	65%	6	35%	20
2	Apakah <i>Wedding Organizer Syadalli Production</i> memahami kebutuhan Konsumen? Empati	12	60%	8	40%	20
3	Apakah <i>Wedding Organizer Syadalli Production</i> selalu memberikan rekomendasi Price List ? Cepat tanggap	9	45%	11	55%	20
4	Apakah <i>Wedding Organizer Syadalli Production</i> selalu menyelesaikan keluhan konsumen dengan cepat dan memberikan informasi yang lengkap? Keandalan	9	45%	11	55%	20
5	Apakah Transaksi yang dilakukan di <i>Wedding Organizer Syadalli Production</i> dapat dipercaya? Kepastian	10	50%	10	50%	20

Sumber : Di olah peneliti 2024

Pada tabel 1.2 menjelaskan fenomena yang terjadi pada konsumen *Wedding Organizer Syadalli Production* bahwa 6 orang dengan presentase 35% merasa dekorasi yang diberikan *Wedding Organizer Syadalli Production* belum baik, lalu 8 orang dengan presentase 40% merasa *Wedding Organizer Syadalli Production* belum memahami kebutuhan Konsumen, lalu 11 orang dengan presentase 55% merasa *Wedding Organizer Syadalli Production* tidak selalu memberikan rekomendasi Price List, lalu 11 orang dengan presentase 55% merasa *Wedding Organizer Syadalli Production* tidak selalu menyelesaikan keluhan konsumen dengan cepat dan memberikan informasi yang lengkap dan 10 orang dengan presentase 50% merasa Transaksi yang dilakukan di *Wedding Organizer Syadalli Production* dapat dipercaya. Pelayanan yang memuaskan akan berdampak pada pengulangan pembelian yang berarti akan meningkatkan penjualan (*sales*), ketika apa yang diharapkan konsumen sesuai dengan apa yang diberikan oleh perusahaan itu sendiri

Tabel 1.2
Daftar Harga dengan Kompetitor

No	Nama Wedding	Price List		
		Tenda Dekorasi	Paket A Wedding All In	Paket B Wedding All In
1	Wedding Organizer Syadalli Production	Rp.9.000.000	Rp.23.000.0000	Rp. 28.500.000
2	Dwi Ayuda wedding	Rp. 8.000.000	Rp. 21.000.000	Rp. 27.000.000
3	Meruyung production	Rp. 8.500.000	Rp. 22.500.000	Rp. 28.500.000
4	Mz decoration	Rp. 9.500.000	Rp. 24.000.000	Rp. 29.000.000

Sumber: Data diolah oleh Peneliti 2024

Berdasarkan tabel di atas maka dapat di ketahui perbandingan harga antara *Wedding Organizer Syadalli Production*, *Mz decoration*, *Dwi ayuda wedding* dan *Meruyung Production*, Setiap produk mempunyai perbandingan harga dimana harga *Wedding Organizer Syadalli Production* masih terhitung mahal di bandingkan dengan *Dwi Ayuda wedding* dan *Meruyung Production*. Oleh karena itu, Kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian *Wedding Organizer Syadalli Production* karena dapat menciptakan Kepuasan Konsumen

KAJIAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Menurut Abdullah dan Tantri (2019) kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.” Menurut Tjiptono (2019:304) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan/konsumen.

Harga

Menurut Tjiptono (2017:370) “Harga dapat dimaknakan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau sudut pandang lain (non-moneter) yang mengandung kegunaan tertentu yang dibutuhkan guna memperoleh dalam suatu produk”. Sedangkan Malau (2018:125) harga adalah nilai tukar suatu barang atau jasa, dengan kata lain, itu merupakan produk atau merek yang saling bersaing

Kepuasan Konsumen

Menurut Menurut Indrasari (2019:87) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya. Menurut Kristianto (2019:7) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan Pertemuan antara kedua kepentingan ini akan menentukan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen pada suatu produk

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020:16), metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme,

digunakan untuk memeriksa populasi atau sampel tertentu dan mengumpulkan data menggunakan alat penelitian, menganalisis data kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2020:13) “merupakan metode penelitian dengan desain penelitian dengan spesifikasi sistematis, terencana, dan terstruktur berlandaskan pada filsafat positivisme”. Menurut Sugiyono (2017:44) yaitu “Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih”.

Berdasarkan uraian diatas, maka jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Hubungan yang bersifat sebab akibat, maka ada 2 (dua) variabel yaitu variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi). Penelitian ini menghubungkan kualitas Pelayanan dan Harga sebagai variabel (X) dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat (Y). Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisi asosiatif yang melihat hubungan antara 2 (dua) variabel atau lebih. Secara teknis operasional pengumpulan data dibatasi dengan 3 (tiga) variabel yaitu Kualitas Pelayanan, Harga dan kepuasan konsumen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Nilai R Hitung	Nilai R tabel	Keterangan
1	Wedding Organizer melaksanakan semua janji yang telah disepakati.	0,699	0,265	Valid
2	Wedding Organizer mampu menangani masalah yang muncul selama acara dengan baik.	0,774	0,265	Valid
3	Wedding Organizer merespons pertanyaan atau keluhan dengan cepat dan solutif.	0,727	0,265	Valid
4	Staf Wedding Organizer selalu tersedia untuk membantu ketika dibutuhkan.	0,802	0,265	Valid
5	Staf Wedding Organizer terlihat kompeten dalam melaksanakan tugas mereka.	0,707	0,265	Valid
6	Wedding Organizer memberikan informasi yang jelas dan detail selama perencanaan dan pelaksanaan acara.	0,653	0,265	Valid
7	Wedding Organizer memahami kebutuhan dan keinginan khusus dari saya sebagai klien.	0,646	0,265	Valid
8	Wedding Organizer memberikan saran yang membantu sesuai dengan situasi dan anggaran saya.	0,732	0,265	Valid
9	Peralatan dan dekorasi yang digunakan oleh Wedding Organizer terlihat modern dan berkualitas.	0,588	0,265	Valid
10	Staf Wedding Organizer selalu tampil rapih	0,809	0,265	Valid

Sumber : SPSS Versi24(2024)

Berdasarkan data pada tabel 4.8 diatas, semua pernyataan pada Kepuasan Konsumen memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan demikian semua pernyataan dianggap valid.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Harga

No	Pernyataan	Nilai R Hitung	Nilai R tabel	Keterangan
1	Harga yang ditawarkan oleh Wedding Organizer terjangkau dibandingkan pesaing	0,695	0,265	Valid
2	Wedding Organizer menyediakan paket harga yang fleksibel dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan saya.	0,677	0,265	Valid
3	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas dekorasi, peralatan, dan layanan yang diberikan.	0,706	0,265	Valid
4	Paket yang ditawarkan oleh Wedding Organizer mencakup detail dan layanan berkualitas.	0,770	0,265	Valid
5	Harga yang ditawarkan mencerminkan nilai tambah yang saya dapatkan dari layanan Wedding Organizer.	0,717	0,265	Valid
6	Dengan harga yang saya bayarkan, Wedding Organizer memberikan kenyamanan dan efisiensi selama acara.	0,726	0,265	Valid
7	Harga yang ditawarkan oleh Wedding Organizer bersaing dibandingkan dengan Wedding Organizer lainnya.	0,755	0,265	Valid
8	Wedding Organizer memberikan penawaran atau diskon yang membuat harganya lebih kompetitif.	0,761	0,265	Valid

Sumber : SPSS Versi24(2024)

Berdasarkan data pada tabel 4.9 diatas, semua pernyataan pada Kepuasan Konsumen memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan demikian semua pernyataan dianggap valid.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	Nilai R Hitung	Nilai R tabel	Keterangan
1	Layanan yang diberikan oleh Wedding Organizer sesuai dengan harapan saya.	0,653	0,265	Valid
2	Wedding Organizer mampu memenuhi kebutuhan saya selama proses perencanaan dan pelaksanaan acara.	0,707	0,265	Valid
3	Saya merasa puas sehingga ingin menggunakan layanan Wedding Organizer ini di kesempatan lain.	0,752	0,265	Valid
4	Jika ada acara serupa, saya lebih memilih Wedding Organizer ini dibandingkan yang lain.	0,729	0,265	Valid
5	Saya bersedia merekomendasikan Wedding Organizer ini kepada teman atau keluarga.	0,624	0,265	Valid
6	Saya merasa layanan dari Wedding Organizer ini pantas untuk dibagikan melalui ulasan positif atau testimoni.	0,733	0,265	Valid

Sumber : SPSS Versi24(2024)

Berdasarkan data pada tabel 4.10 diatas, semua pernyataan pada Kepuasan Konsumen memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan demikian semua pernyataan dianggap valid.

Uji Reabilitas

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	10

Sumber : SPSS Versi24(2024)

Berdasarkan pada Tabel 4.12 nilai *Cronbach's Alpha* variabel kualitas pelayanan sebesar 0,890, dengan itu variabel kualitas pelayanan termasuk dalam kategori reliabel

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	8

Sumber : SPSS Versi24(2024)

Berdasarkan pada Tabel 4.11 nilai *Cronbach's Alpha* variabel Harga sebesar 0,871, dengan itu variabel Harga termasuk dalam kategori reliabel

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.791	6

Sumber : SPSS Versi24(2024)

Berdasarkan pada Tabel 4.12 nilai *Cronbach's Alpha* variabel Kepuasan Konsumen sebesar 0,791, dengan itu variabel Kepuasan Konsumen termasuk dalam kategori reliabel

Uji Normalitas

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.35866711
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.043
	Negative	-.089
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.062 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : SPSS Versi24(2024)

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, diperoleh nilai 0,062 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai 0,05. Hasilnya, distribusi persamaan pengujian diasumsikan normal

Uji Multikolinearitas

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.265	3.776
	Harga	.265	3.776

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : SPSS Versi24(2024)

Berdasarkan tabel 4.11 tersebut maka dapat diketahui nilai *tolerance* variabel Lokasi dan Promosi sebesar $0,446 > 0,10$ dan nilai VIF variable Lokasi dan Promosi sebesar $2,243 < 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi dan Promosi tidak terjadi gejala multikolinieritas

Uji Autokorelasi

Tabel 4.15
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.794 ^a	.631	.623	2.384	2.012

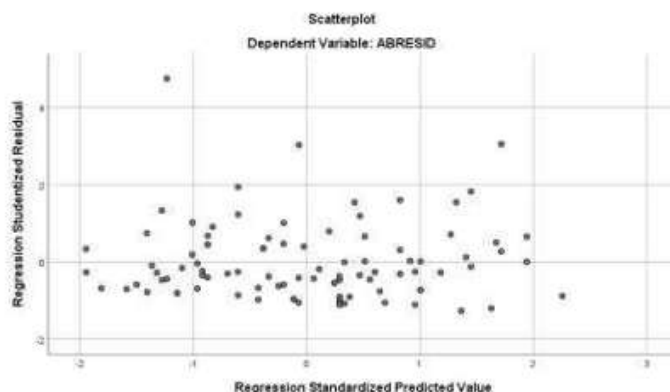
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : SPSS Versi24(2024)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, mode regresi ini tidak ada autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai Durbin-Watson sebesar 2,012 yang berada diantara 1,550- 2,460 “Tidak ada gangguan autokorelasi”

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.3
Grafik Uji Glejser

Dilihat dari pengujian yang dihasilkan pada Gambar 4.3 terlihat bahwa titik- titik fokus tersebar secara sembarangan, jangan salah contoh, tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada hub Y, hal ini berarti ada tidak ada penyimpangan heteroskedastisitas pada model regresi. yang dibuat

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4.18
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.031	1.388		4.344	.000
	Kualitas Pelayanan	.242	.071	.421	3.418	.001
	Harga	.277	.084	.404	3.279	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : SPSS Versi24(2024)

1. Nilai tetap sebesar 6,031 diartikan bahwa jika variabel kualitas pelayanan dan Harga tidak ada maka telah terdapat nilai Kepuasan Konsumen sebesar 6,031 satuan
2. Nilai 0,242 berarti dengan asumsi sisa bagian konsisten dan tidak ada penyesuaian pada kualitas pelayanan maka setiap perubahan 1 satuan pada akan menimbulkan penyesuaian Kepuasan Konsumen pada Kepuasan Konsumen sebesar 0,242 satuan
3. Nilai 0,277 artinya dengan asumsi bagian sisa stabil dan tidak ada penyesuaian pada Harga maka setiap selisih 1 satuan pada l kualitas pelayanan akan menimbulkan penyesuaian kinerja sebesar 0,277 satuan

Uji Koefisien Korelasi

Tabel 4.21
Hasil Koeisien Korelasi secara Simultan
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.794 ^a	.631	.623	2.384	2.012

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : SPSS Versi24(2024)

Berdasarkan tabel 4.21 hasil pengujian Koefisien Kolerasi yang di peroleh nilai R sebesar 0,794 artinya terdapat pengaruh atau hubungan yang kuat dikedua variabel diatas dimana nilai koefisien dengan skalanya sebesar 0,600 – 0,799

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.24
Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Simultan
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.794 ^a	.631	.623	2.384	2.012

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : SPSS 24(2024)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai R- square (koefisien determinasi) sebesar 0,631, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan Harga secara

bersamasama memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel (Y) sebesar 63,1%, sedangkan sisanya 37,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti

Uji Hipotesis

Tabel 4.25
Hasil Uji t Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.826	1.437		4,750	.000
	Kualitas Pelayanan	.440	.038	.767	11,516	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : SPSS Versi24(2024)

Berdasarkan tabel 4.25 diatas, Hasil uji hipotesis (Uji t) diperoleh bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(11,516 > 1,985)$ hal ini diperkuat dengan nilai sig $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Tabel 4.26
Hasil Uji t Variabel Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.686	1.374		5.595	.000
	Harga	.524	.046	.764	11.428	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : SPSS Versi24(2024)

Berdasarkan tabel 4.26 diatas, Hasil uji hipotesis (Uji t) diperoleh bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $(11,428 > 1,985)$ hal ini diperkuat dengan nilai Sig $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima

Tabel 4.27
Hasil Hipotesis (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	893.996	2	446.998	78.638	.000 ^b
	Residual	522.951	92	5.684		
	Total	1416.947	94			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber : SPSS Versi24(2024)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(78,638 > 3,090)$, hal ini juga diperkuat dengan Sig $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada *Wedding Organizer Syadalli Production* di Bojongsari Depok, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada *Wedding Organizer Syadalli Production* di

- Bojongsari Depok. Uji Hipotesis dengan diperoleh nilai t ($11,516 > 1,985$) dan sig ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini didukung oleh nilai koefisien regresi linier sederhana sebesar $Y = 6,826 + 0,440 X_1$.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Wedding Organizer Syadalli Production di Bojongsari Depok. Uji Hipotesis dengan diperoleh nilai t ($11,428 > 1,985$) dan Sig ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hal ini didukung oleh nilai koefisien regresi linier sederhana sebesar $Y = 7,686 + 0,524 X_2$
 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Wedding Organizer Syadalli Production di Bojongsari Depok, Uji Hipotesis dengan diperoleh nilai f ($78,638 > 3,090$), hal daj Sig ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hal ini didukung oleh nilai koefisien regresi linier berganda sebesar $Y = 6,031 + 0,242 X_1 + 0,277 X_2 + \alpha$

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi*. AE Publishing. Alma H. Buchari, (2018), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Arikunto, (2015), *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta
- Assauri, S. (2016). *Manajemen Operasi Produksi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Danang Sunyoto. (2015) *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service (CAPS)
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hasibuan, M. S. 2020. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. p125
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2017). *Principle of Marketing. 15th edition, New Jersey: Prentice-Hall Published*.
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition. London: Pearson Education*.
- Pratama, R. (2020). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Muhidin, Sambas Ali, dan Maman Abdurahman. 2017. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian Dilengkapi dengan Aplikasi Program SPSS*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Nana Sudjana dan Ibrahim 2014. *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru Algensindo
- Santoso, Singgih. (2015). *Menguasai Statistik Multivariat*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI
- Sopiah & Sangadji, Etta Mamang. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Terry, G.R. dan Rue, L.W. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen (Edisi Revisi)*. Alih bahasa G.A. Ticoalu. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2017), *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset

Jurnal

- Amrullah, AR., dan Agustin, S. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, (Online), Vol 5, No 7:1-15, (<https://ejournal.stiesia.ac.id>).
- Anton Sudrajat, Andi Surya, Sugiyanto (2021), *Jurnal Humanities, Management and Science Proceedings Unpam, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Jual Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Butik Ceria Pondok Ranji Tangerang Selatan*, Vol. 1, No. 2,

Juni 2021. ISSN (online) : 2746-4482

- Arianto & Kurniawan (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Home Industri Produk Pakaian Sablon dan Bordir). *Jurnal Pemasaran Kompetitif (Unpam)*, Vol. 4 No. 2 (2021) ISSN: 2598-0823.
- Dhiani, Kumara, & Wardani (2021). Pengaruh Pelayanan Prima dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan dan Pemancingan Warung Bambu di Serpong Tangerang Selatan. *Jurnal Semarak (Unpam)*, Vol. 4. No. 3 (2021), ISSN: 2615-6849
- Fadillah (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Sarjana Manajemen Universitas Pamulang. *Jurnal Semarak (Unpam)*, Vol. 4 No. 3 (2021) ISSN: 2615-6849.
- Purwanti, Ariyanto, & Ivantan (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Orang Tua Murid di Lembaga Pendidikan TPA Masjid Ash Shaff Bintaro. *Jurnal of Education, Humaniora and Social Sciences (Unpam)*, Vol. 4 No. 1 (2021), e-ISSN: 2622-3740.
- Kurniawan, Andriansyah, & Gultam (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek di Kota Tangerang. *Jurnal Humanis (Unpam)*, Vol. 1 No. 1 (2021), ISSN: 2746-2250
- Solihin, D., & Wibawanto, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(1), 30–
36. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4738>