

**PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI ASSALAAM
HYPERMARKET KARTASURA**

Artikel Publikasi Penelitian untuk memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
Pada Program Studi Pendidikan Akuntansi



Diajukan Oleh:

DIAN EVI STYANINGSIH

A 210110058

PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
JUNI, 2015

**PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI ASSALAAM
HYPERMARKET KARTASURA**

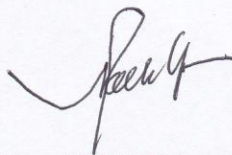
Diajukan Oleh:

DIAN EVI STYANINGSIH

A 210110058

Artikel Publikasi ini telah disetujui oleh pembimbing skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta untuk dipertanggungjawabkan di hadapan tim penguji skripsi.

Surakarta,



Drs. H. M. Yahya, M.Si

NIK. 147



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417, Fax: 715448 Surakarta 57102

Website: <http://www.ums.ac.id> Email: ums@ums.ac.id

Surat Persetujuan Artikel Publikasi Ilmiah

Yang Bertanda tangan dibawah ini pembimbing skripsi/tugas akhir:

Nama : Drs. H. M. Yahya, M. Si

NIK : 147

Telah membaca dan mencermati naskah artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan skripsi/tugas akhir dari mahasiswa:

Nama : Dian Evi Styaningsih

NIM : A 210110058

Program Studi : Pendidikan Akuntansi

Judul Artikel Publikasi : PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI ASSALAAM HYPERMARKET KARTASURA

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan.

Demikian persetujuan dibuat, semoga dapat digunakan seperlunya.

Surakarta, 27 Juni 2015

Drs. H. M. Yahya, M.Si

NIK 147

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Dian Evi Styaningsih

NIM : A 2101110058

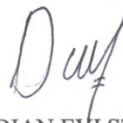
Program Studi : Pendidikan Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI ASSALAAM HYPERMARKET KARTASURA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa artikel publikasi yang saya serahkan ini benar-benar hasil karya saya sendiri dan bebas plagiat karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu/dikutip dalam naskah dan disebutkan pada daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti Skripsi ini hasil plagiat, saya bertanggung jawab sepenuhnya dan bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Surakarta, 27 Juni 2015

Yang membuat Pernyataan,



DIAN EVI STYANINGSIH

A 2101110058

ABSTRAK

**PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI ASSALAAM
HYPERMARKET KARTASURA**

Dian Evi Styarningsih, A 210110058. Program Studi Pendidikan Akuntansi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2015

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui: 1) Pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan konsumen di Assalaam hypermarket kartasura; 2) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Assalaam hypermarket kartasura; 3) Pengaruh penetapan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Assalaam hypermarket kartasura. Jenis penelitian ini, deskriptif kuantitatif dengan penarikan kesimpulan melalui analisis statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Assalaam hypermarket kartasura. Sampel diambil sebanyak 100 responden. Teknik Pengumpulan data menggunakan metode angket yang diujicobakan dengan uji validitas serta reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, Uji R^2 , dan sumbangan relatif dan efektif. Hasil analisis regresi memperoleh persamaan garis regresi: $Y = 9,655 + 0,196X_1 + 0,233X_2$. Persamaan menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh penetapan harga dan kualitas pelayanan. Kesimpulan yang diambil adalah: 1) Penetapan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Assalaam hypermarket kartasura dapat diterima. Hal ini berdasarkan analisis regresi linier ganda (Uji t) diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,354 > 1,985$ dan nilai signifikansi $0,021 < 0,05$ dengan sumbangan relatif 4% dan sumbangan efektif 4,1%. 2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Assalaam hypermarket kartasura dapat diterima. Hal ini berdasarkan analisis regresi linier ganda (Uji t) diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,536 > 1,985$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan sumbangan relatif 49,1% dan sumbangan efektif 24,1%. 3) Penetapan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Assalaam hypermarket kartasura dapat diterima. Hal ini berdasarkan analisis variansi regresi linier ganda (Uji F) diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $19,076 > 3,947$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. 4) Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,282 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh yang diberikan oleh kombinasi variabel penetapan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 28,2% sedangkan 71,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

A. PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis sekarang ini, persaingan yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini semakin ketat, dimana perusahaan dituntut untuk mengenal pasar dan konsumennya agar mendapatkan kesuksesan dalam persaingan. Sehingga menuntut manajemen untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaingnya dalam perusahaan agar setiap perusahaan dapat menempatkan orientasi pada konsumen sebagai tujuan utama.

Salah satu tujuan perusahaan adalah untuk mendapatkan laba atau profit, untuk itu seorang manajer harus dapat menentukan suatu kebijaksanaan yang dapat meningkatkan minat dan keputusan konsumen dalam membeli sebagai pengaruh pada peningkatan laba suatu perusahaan sehingga perusahaan menjadi terjamin.

Berkembang pesatnya pusat-pusat perbelanjaan saat ini yang berada di daerah surakarta menyebabkan banyak persaingan yang dihadapi oleh ritel perbelanjaan yang ada di daerah sekitar. Seorang manajer harus dapat memikirkan strategi apa yang harus dilakukan dengan banyaknya persaingan yang sekarang ini supaya konsumen dapat menjadi pelanggan, sehingga perusahaan dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen.

Setiap perusahaan dituntut untuk membuat konsumen merasa puas dengan memberikan penawaran pelayanan yang baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan pada konsumen. Konsumen merupakan faktor penting yang harus diperhatikan perusahaan. Konsumen merupakan aset yang dapat menentukan keberhasilan perusahaan, mengingat pelanggan mencerminkan potensi pertumbuhan pada masa yang akan datang.

Menurut Kotler (2005:68) mengatakan bahwa “kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) yang diharapkan”. Jika kinerja dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau

senang. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan merupakan evaluasi konsumen terhadap produk apakah sesuai antara harapan dengan kenyataannya.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dan persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan.

Menurut Irawan (2003:37) “kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui”. Harapan konsumen merupakan faktor penting kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya (Ayse, 2007:53). Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud.

Konsumen akan merasa puas apabila produk yang mereka konsumsi memenuhi kualitas yang mereka harapkan, artinya pelanggan merasa puas atau tidak puas bila telah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan apa yang diharapkan. Meskipun benar adanya bahwa konsumen yang tidak puas memiliki kecenderungan untuk menceritakan kekecewaannya, namun sebaliknya konsumen yang puas akan mengumumkan pujiannya pada perusahaan yang telah menyenangkan mereka.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:267) menyatakan bahwa “Penetapan harga hendaknya didasarkan pada persepsi konsumen terhadap nilai yang diterima, bukan pada biaya penjual atau produsen”. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat menentukan harga dan seluruh pengeluaran lain yang dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari jasa. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat

membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut.

Selain harga, Kualitas pelayanan merupakan faktor lainnya yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Menurut Kotler (2004:23) “Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (perceived service) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (expected service)”. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia.

Perusahaan yang berhasil bertahan dalam perdagangan adalah perusahaan yang mampu memberikan kepuasan kepada konsumen dan pelayanan yang lebih baik dari pesaingnya. Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang bermutu kepada pelanggannya. Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen sekarang sudah menjadi hal penting bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan pelanggan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk atau jasa yang ada.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan konsumen di Assalaam hypermarket kartasura. 2) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Assalaam hypermarket kartasura. 2) untuk mengetahui pengaruh penetapan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Assalaam hypermarket kartasura.

Menurut Tjiptono (2009:24) “Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evolusi ketidakpuasan yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan”. Bahwa ada persaingan yang semakin ketat ini semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga hal ini menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan

sebagai tujuan utama. Indikator dari kepuasan konsumen yaitu, 1) Kesesuaian harapan, 2) Minat berkunjung kembali, 3) Ketersediaan merekomendasi

Menurut Tjiptono (2002:151) “Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa”. Sementara itu dari pandangan konsumen harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Indikator penetapan harga yaitu, 1) Keterjangkauan harga 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3) Daya saing harga 4) Kesesuaian harga dengan manfaat.

Menurut Wyckoff dalam Tjiptono (2009:52) “Kualitas jasa merupakan tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Menurut Daryanto dan Ismanto Setyobudi (2014:107) “Pelayanan prima merupakan istilah *excellent service* yang berarti pelayanan sangat baik sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau yang dimiliki instansi pemberi pelayanan”. Indikator kualitas pelayanan yaitu, 1) Tangible, 2) Reliability, 3) Responsiveness 4) Assurance 5) Emphaty.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang sangat penting sebagai dasar untuk sumber informasi. Yang pertama Dyah ayu permatasary (2014) dengan judul “Pengaruh harga, produk, kualitas pelayanan dan tempat terhadap kepuasan konsumen di Rumah makan pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta”. Menyatakan bahwa pengaruh harga, produk, kualitas pelayanan dan tempat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah makan pecel Madiun Laris Manis Jebres Surakarta. Yang kedua Erwin Destiawan (2013) dengan judul “Kontribusi Kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pada Dealer suzuki wahyu motor wonogiri”. Menyatakan bahwa Kontribusi kualitas pelayanan dan penetapan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada dealer suzuki wahyu motor wonogiri. Hipotesis yang diambil dari penelitian ini adalah 1) ada pengaruh yang penetapan harga terhadap kepuasan konsumen di Assalaam hypermarket kartasura. 2) ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Assalaam

hypermarket kartasura. 3) ada pengaruh penetapan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Assalaam hypermarket kartasura.

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, dimana data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan. Penelitian ini menggunakan data angket. Subjek dalam penelitian ini adalah Konsumen di Assalaam Hypermarket kartasura. Penelitian ini dimulai pada bulan mei sampai selesai di Assalaam Hpermarket Kartasura.

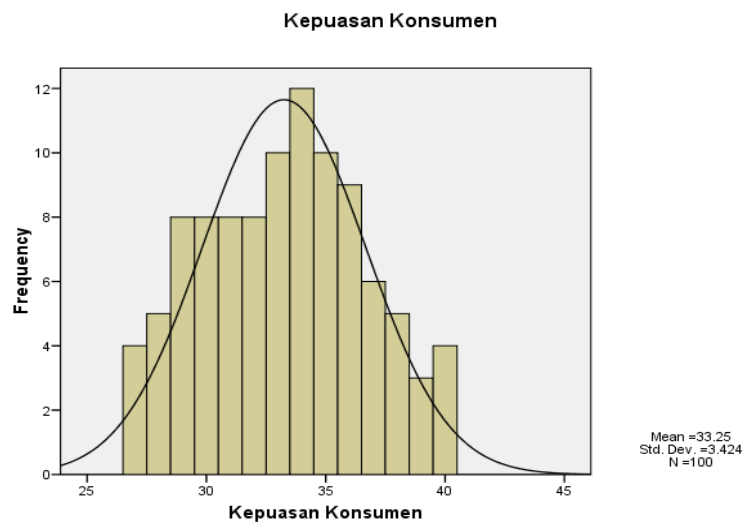
Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen di Assalaam Hypermarket kartasura dengan mengambil sampel sebanyak 100 Responden. Penelitian ini menggunakan teknik sampling yang termasuk non random sampling yaitu accidental sampling yaitu pengambilan sampel dengan jalan mengambil individu siapa saja yang dapat dijangkau atau ditemui. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y) dan variabel bebas yaitu Penetapan Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket.

Untuk menguji instrumen yang terdapat dalam angket yang diuji cobakan kepada 25 Konsumen dianalisis menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengetahui tingkat kevalidan dan keandalan (Reliabel) angket. Kemudian hasil dari pengumpulan data yang berasal dari sampel penelitian dianalisis dengan uji pra syarat analisis dengan uji normalitas dan uji linieritas. Setelah uji pra syarat analisis dilanjutkan dengan teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh penetapan harga(X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen(Y). Selanjutnya dilakukan uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara sendiri-sendiri. Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Kemudian koefisien determinasi yang digunakan untuk mengetahui berapa persen variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Dan yang terakhir adalah mencari

sumbangan relatif (SR) dan sumbangan efektif (SE) serta pengujian hipotesis yang telah diajukan di awal.

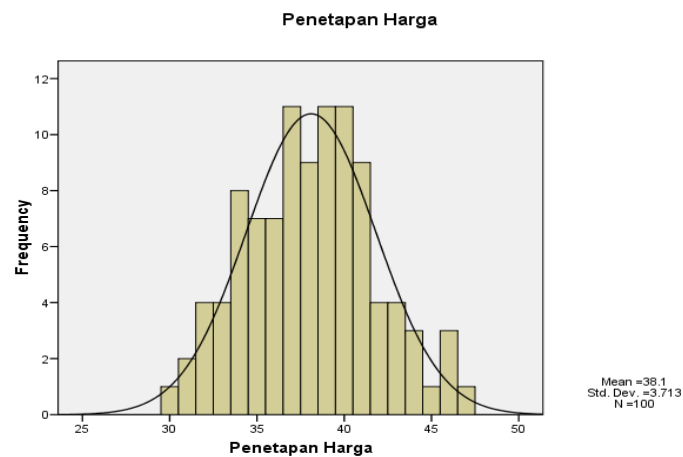
C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis dan perhitungan terhadap angket kepuasan konsumen diperoleh nilai tertinggi sebesar 40, nilai terendah sebesar 27, mean sebesar 33,25 dengan median sebesar 33, dan modus sebesar 34. Data kepuasan konsumen yang diperoleh melalui angket dapat dikatakan mendekati normal. Deskripsi data dilihat pada gambar dibawah ini:



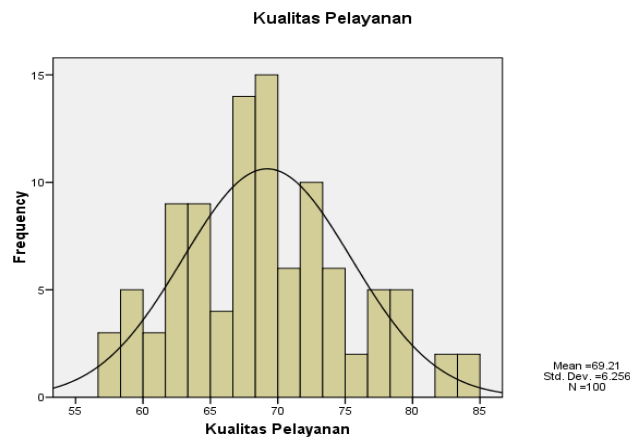
Gambar Histogram dan Poligon Angket Kepuasan Konsumen

Hasil analisis data dan perhitungan terhadap angket penetapan harga diperoleh nilai tertinggi sebesar 47, nilai terendah sebesar 30, mean sebesar 38,10 dengan median sebesar 38,00 dan modus sebesar 37. Data penetapan harga yang diperoleh dari angket, dapat dikatakan memiliki distribusi yang mendekati normal. Deskripsi Data dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar Histogram dan Poligon Data Penetapan Harga

Hasil analisis terhadap angket Kualitas Pelayanan diperoleh nilai tertinggi sebesar 85, nilai terendah sebesar 58, mean sebesar 69,21 dengan median sebesar 69 dan modus sebesar 68. Data Kualitas pelayanan diperoleh melalui angket, data tersebut dapat dikatakan memiliki distribusi data yang mendekati normal. Deskripsi data dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar Histogram dan Poligon Data Kualitas Pelayanan

Untuk melakukan pengujian hipotesis penelitian, terlebih dulu dilakukan analisis regresi linier ganda. Adapun ringkasan hasil regresi linier ganda yang dilakukan dengan bantuan program SPSS, sebagai berikut:

Tabel Ringkasan Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien regresi	t	Sig.
Konstanta	9,655		
Penetapan harga	0,196	2,354	0,021
Kualitas pelayanan	0,233	4,703	0,000
F _{hitung} = 19,076			
R ² = 0,282			

Berdasarkan tabel ringkasan hasil uji regresi linier ganda diatas, diperoleh persamaan regresi linier ganda $Y = 9,655 + 0,196X_1 + 0,233X_2$.

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah “ada pengaruh penetapan harga (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) di Assalaam hypermarket kartasura”. Berdasarkan hasil analisis regresi linier ganda (uji t) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,354 > 1,985$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,021 dengan sumbangan efektif sebesar 4,1%.

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah “ada pengaruh kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) di Assalaam hypermarket kartasura”. Berdasarkan hasil analisis regresi linier ganda diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,536 > 1,985$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,000 dengan sumbangan efektif sebesar 24,1%.

Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah “ada pengaruh penetapan harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) di Assalaam hypermarket kartasura”. Berdasarkan hasil analisis regresi linier ganda diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $19,076 > 3,947$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,000.

Dari hasil analisis data dengan menggunakan bantuan program SPSSV. 15 diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,282. Koefisien ini memiliki arti bahwa pengaruh yang diberikan oleh kombinasi variabel penetapan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 28,2%, sedangkan 71,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa variabel penetapan harga memberikan sumbangan relatif sebesar 4 % dan sumbangan efektif sebesar 4,1 %. Variabel kualitas pelayanan memberikan sumbangan relatif sebesar 49,1 % dan sumbangan efektif sebesar 24,1 %.

Yang dapat disimpulkan dari pembahasan diatas, adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (uji t) menunjukkan bahwa variabel penetapan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa semakin baik penetapan harga akan semakin tinggi kepuasan konsumen. Sebaliknya semakin rendah (tidak baik) penetapan harga, maka semakin rendah pula kepuasan konsumen. Hasil tersebut relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Permatasary, Dyah ayu (2014) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Rumah makan pecel Madiun laris manis Jebres Surakarta. Harga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena harga telah ditetapkan oleh perusahaan menjadi tolak ukur untuk mencapai kepuasan, hal ini dikarenakan harga merupakan salah satu bahan pertimbangan bagi konsumen untuk membeli suatu produk. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal (Tjiptono, 2002).
2. Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa semakin baik kualitas pelayanan akan semakin tinggi kepuasan konsumen. Sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan, maka semakin rendah pula kepuasan konsumen. Hasil tersebut relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Distiawan, Erwin (2013) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri. Menurut Deming (yamid, 2002:7) "Kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen". Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Apabila

pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka akan tercipta kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diterima.

3. Dari hasil pengujian hipotesis ketiga (uji F), Menunjukkan bahwa penetapan harga dan kualitas pelayanan telah terbukti secara individu mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini berarti penetapan harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan pada simpulan tersebut dapat dikatakan bahwa kecenderungan peningkatan kombinasi penetapan harga dan kualitas pelayanan akan diikuti peningkatan kepuasan konsumen. Sebaliknya kecenderungan penurunan kombinasi penetapan harga dan kualitas pelayanan akan diikuti penurunan kepuasan konsumen.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penetapan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Assalaam hypermarket kartasura, dan hal ini dapat diterima. Berdasarkan hasil analisis regresi linier ganda (uji t) diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,354 > 1,985$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $0,021$ dengan sumbangan efektif sebesar $4,1\%$.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Assalaam hypermarket kartasura, dan hal ini dapat diterima. Berdasarkan hasil analisis regresi linier ganda (uji t) diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,536 > 1,985$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $0,000$ dengan sumbangan efektif sebesar $24,1\%$.
3. Penetapan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Assalaam hypermarket kartasura, dan hal ini dapat diterima. Berdasarkan hasil analisis regresi linier ganda (uji F) diketahui

bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $19,076 > 3,947$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,000.

4. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,282 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh penetapan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Assalaam hypermarket kartasura, adalah sebesar 2,82% sedang 71,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayse, 2007. An evaluation on fast food preferences according to gender humanity and social science journal, Vol.2 Hal 43-50
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media
- Irawan, Handi. 2003. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Kotler, Philip & amstrong. 2004. *Dasar – dasar pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks
- Kotller, P dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran jilid 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Service Quality and satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Yamit, Zulia. 2002. *Manajemen Kualitas Produk dan jasa*. Yogyakarta: Ekonseia