

**PENGARUH HARGA, FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT.BERSIH SEHAT CABANG PURI
KENCANA JAKARTA BARAT**
(Studi Pelanggan Bersih Sehat Puri Kencana)

Slamet¹⁾ , Lucy Nancy²⁾

²⁾ Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Satya Negara Indonesia

Email: slamet92joyo@gmail.com, lucynancysim@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelangan PT. Bersih Sehat Puri Kencana secara simultan maupun parsial. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan asosiatif kausal. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda disertai dengan uji F (simultan), uji t (parsial), dan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) dengan bantuan *software SPSS 20*. Hasil penelitian ini menunjukkan secara simultan (uji F) Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Secara parsial (uji t) menunjukkan Harga, Fasilitas dan Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan Harga dan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 41% artinya Kepuasan Pelanggan tidak dapat dijelaskan oleh Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan sedangkan 59% Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel-varibel yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of price, facilities and service quality on customer satisfaction at PT.Bersih Sehat Puri Kencana simultaneously or partially. The number of respondents in this study were 100 people. This research is a descriptive study with a causal associative approach. Sampling using non-probability sampling technique. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis accompanied by the F test (simultaneous), t test (partial), and the coefficient of determination (Adjusted R Square) with the help of SPSS 20 software. The results of this study show simultaneously (F test) Price, Facilities and Service quality has a significant and significant effect on customer satisfaction. Partially (t test) shows that price, facilities and service quality, while price and service quality have a significant effect on Purchase Decisions. With a coefficient of determination (Adjusted R Square) of 41%, it means that customer satisfaction cannot be explained by price, facilities and service quality, while 59% of purchasing decisions are influenced by variables not explained in this study.

Keywords: Price, Facilities, Quality of Service and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang serba canggih seperti saat ini khususnya teknologi komunikasi dan informasi sangat berperan di Indonesia hal ini merupakan suatu tantangan bagi perusahaan adalah untuk menyiapkan karyawan yang berkualitas dalam memberikan

pelayanan agar kepuasan pelanggan dapat dicapai akan lebih optimal. Begitu pula perkembangan industri spa yang demikian pesat sehingga terjadi kecenderungan pengguna label dagang “Spa” oleh salon, pantai pijat hingga pusat kebugaran (*fitness.center*), bahkan sampai salon yang tidak memenuhi kualifikasi dengan melakukan jual beli dalam aspek seksual. Secara nyata dengan adanya globalisasi, perpindahan antar penduduk antar negara, antar benua untuk berbagai kepentingan seperti bisnis, kepariwisataan, industri multinasional dan sebagainya, sehingga semakin mendorong dipergunakannya label-label yang sedang menjadi *trend* termasuk label spa.

Tabel 1 Data Survei Kepuasan Pelanggan

Tahun	Jumlah Pengunjung	Tingkat Kepuasan	
		Puas	Tidak Puas
2018	20.198	75%	25%
2019	21.177	69%	31%
2020	4.978	65%	35%
2021	545	60%	40%

Sumber: data diolah oleh penulis (2022)

Berdasarkan table 1.1 dapat dilihat bahwa pada tahun 2018 tingkat kepuasan pelanggan hanya mencapai 75% dari jumlah pengunjung 20.198 orang, pada tahun 2019 tingkat kepuasan pelanggan hanya mencapai 69% dari jumlah pengunjung 21.177 orang, pada tahun 2020 tingkat kepuasan pelanggan hanya mencapai 65% dari jumlah pengunjung 4.978 orang, dan pada tahun 2021 tingkat kepuasan pelanggan hanya mencapai 60% dengan jumlah pengunjung 545 orang. Fenomena yang terjadi pada kepuasan pelanggan ini yaitu terjadinya penurunan kepuasan pelanggan Griya Bersih Sehat yang signifikan selama 4 tahun terakhir.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu sikap yang diputuskan menurut pengalaman yang didapat oleh pelanggan seperti perasaan senang atau kecewa seseorang muncul sebab membandingi daya kerja yang dipresesikan produk atas ekspetasi pelanggan . Pelanggan mampu mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yakni pelanggan merasa kecewa ketika performa dibawah harapan . Namun apabila performa layak dengan keinginan, pelanggan dapat menikmati kepuasan itu sendiri sepertivrasa senang atau gembira. Hal ini yang harus diperhatikan perusahaan terkait kepuasan pelanggan. Misalnya suatu pelanggan akan datang dan sebelumnya pelanggan sudah reservasi area parkir mobil setelah sampainya area tersebut sudah disiapkan ,contoh seperti itu yang membuat pelanggan merasa senang sehingga tingkat untuk datang kembali sangat besar, dari segi pelayanan sendiri pelanggan merasa puas apabila reservasi yang dilakukan sangat mudah misalnya reservasi melalui telfon maupun aplikasi online sehingga dengan sistem inilah perasaan pelanggan merasa sangat puas.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Fandy Tjiptono (2017:358) mengungkapkan pengertian kepuasan pelanggan bahwa :“Kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan”

Menurut Kotler dan Keller (2016:354) mengungkapkan pengertian kepuasan pelanggan bahwa :“Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari

perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya". Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

- Kualitas Produk
- Kualitas layanan
- Emosional
- Harga
- Kemudahan

Pengertian Harga

Menurut Fandy Tjiptono (2017:192) pengertian harga bahwa: Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan dalam menghasilkan laba.

Menurut Kotler dan Keller (2016:68) mendefinikan pengertian harga bahwa: Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai uang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atas jasa tersebut

Harga mempunyai peran penting dalam dunia bisnis. Jika konsumen mempunyai persepsi harga terlalu mahal, maka produk yang ditawarkan oleh pelaku bisnis tidak akan terjangkau oleh konsumen. Sebaliknya jika konsumen beranggapan harga terlalu murah, maka pelaku bisnis akan sulit mendapatkan keuntungan. Satu-satunya unsur dari bauran pemasaran yang menghasilkan pemasukan bagi pelaku usaha adalah harga. Selain itu harga juga mempunyai sifat yang fleksibel atau dapat berubah sesuai waktu dan tempatnya. Faktor pengaruh penetapan harga yaitu

- a) Keadaan Perekonomian
- b) Kurva Permintaan
- c) Biaya

Pengertian Fasilitas

Menurut Fandy Tjiptono (2016:94) mendefinikan pengertian fasilitas bahwa: "Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada pelanggan. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan pelanggan secara langsung".

Menurut pendapat Kotler (2016:84) mendefinikan pengertian fasilitas bahwa: "Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh pelanggan yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan pelanggan".

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

- a. Sifat Dan Tujuan Organisasi
- b. Ketersediaan tanah dan Kebutuhan Ruang Atau Tempat
- c. Fleksibilitas
- d. Faktor Estetis
- e. Masyarakat Dan Lingkungan Sekitar
- f. Biaya Kontruksi dan Operasi

Pengertian Kualitas Pelayanan

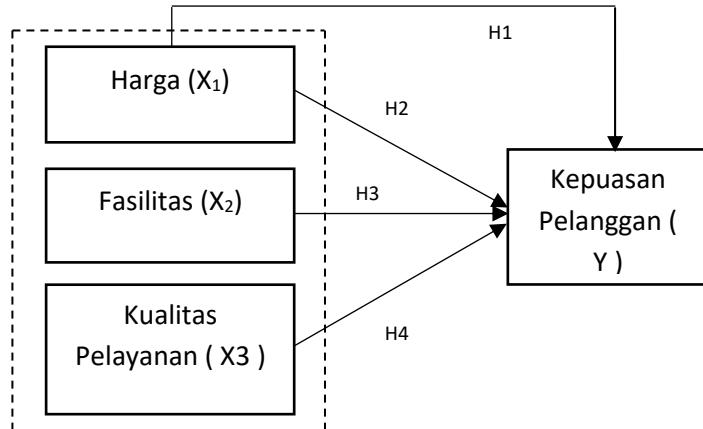
Kualitas Pelayanan Menurut Lewis dan Booms (1983) yang dikutip oleh Tjiptono (2011:180) kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Menurut Sunyoto (2012), "kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan

konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan dengan konsumen". Berdasarkan beberapa definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa yang sesuai dengan standar perusahaan dan diupayakan dalam penyampaian produk dan jasa tersebut sama dengan apa yang diharapkan tamu restoran atau melebihi ekspektasi tamu. Tujuan pelayaan yang berkualitas adalah sebagai berikut :

- Untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.
- Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan dari konsumen.
- Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan konsumen.
- Untuk menjaga agar konsumen merasa diperhatikan segala kebutuhannya.
- Untuk mempertahankan konsumen.

HIPOTESIS



METODELOGI PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian dilakukan di PT. Bersih Sehat Cabang Puri Kencana yang beralamat di Jl.PuriKencana Blok J1 No.2R Kembangan Jakarta Barat Khusus Ibu Kota DKI Jakarta. Penelitian dilakukan mulai bulan April 2021 s/d Januari 2022.

Populasi dan Sampel

Populasi yang diambil pada penelitian ini adalah Pelanggan Bersih Sehat Puri Kencana. Sampel yang digunakan berdasarkan perhitungan rumus Roscoe yaitu sebanyak 100 orang. Dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dan metode *incidental sampling*. Langkah analisis data penelitian terdiri dari Uji Instrumet, Uji Asumsi Klasik, Uji Analisis Linier Berganda, Uji Hipotesis, dan Koefisien Determinasi.

Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian Kausal (*Causal Research*) yang merupakan penelitian untuk mengetahui hubungan satu variabel atau lebih variabel bebas

(*Independent Variabel*) terhadap variabel terikat (*Dependent Variabel*).

Hipotesis Statistik

Menurut pendapat Sugiyono (2016:64) menyatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Adapun hipotesis yang akan dikemukakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- Diduga Tidak terdapat pengaruh variabel Harga terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial.
- Diduga Terdapat pengaruh variabel Harga terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial.
- Diduga Tidak terdapat pengaruh variabel Fasilitas terhadap Kepuasan Pelangan secara parsia
- Diduga Terdapat pengaruh variabel Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial
- Diduga Tidak terdapat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelangga secara parsial.
- Diduga Terdapat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial.
- Diduga tidak terdapat pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan, terhadap Kepuasa Pelanggan secara simultan
- Diduga Terdapat pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasa Pelanggan secara simultan.

Definisi Operasional

Definisi operasional variabel menurut Sugiyono (2018:39) pengertian operasional Variabel adalah sebagai berikut: "Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Dimana variabel bebas dalam penelitian ini adalah Harga (X_1) fasilitas (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) dengan variabel terikatnya adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

Metode Pengumpulan Data

Dalam metode pengumpulan data yang dibutuhkan, maka metode pengumpulan data yang dibutuhkan adalah sebagai berikut:

1. Metode Kepustakaan

Penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data dan informasi yang diperoleh dari buku-buku, hasil penelitian sebelumnya seperti skripsi, tesis, jurnal dan bahan bacaan sebagai sumber teori yang menunjang materi penelitian dan sesuai dengan topik yang dibahas.

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pada penelitian ini kuesioner digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Kuesioner atau angket menurut pendapat Sonny Harsono (2010 : 290) mengemukakan bahwa : Kuesioner yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan menggunakan seperangkat pertanyaan yang disusun untuk diajukan kepada parakaryawan. Kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh data secara tertulis dari para konsumen untuk ditetapkan sebagai sampel”.

Selanjutnya kuesioner yang disebarluaskan dan diberikan bobot sesuai jawaban dan tingkat

kepentingan, model skala Likert menurut Sugiyono (2016: 86). Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian gejala sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah pengambilan data yang dihimpun langsung oleh peneliti dan tidak melalui perantara. Dalam mendapatkan data primer yang digunakan untuk penelitian ini maka peneliti menggunakan sumber primer merupakan data-data yang diperoleh langsung dari sumbernya yang bersifat mentah dan belum diolah. Data primer dalam penelitian ini adalah kuesioner yang masih perlu diolah lebih lanjut.

b. Data Sekunder

Penelitian ini juga menggunakan data sekunder untuk mendukung penelitiannya. Sumber sekunder didapatkan dari sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data, misalnya melalui perantara pihak lain ataupun berasal dari dokumen. Data sekunder yang digunakan oleh penelitian ini didapatkan dari beberapa sumber, yaitu data dari perusahaan Griya Pijat pada PT. Bersih Sehat Cabang Puri Kencana Jakarta Barat. Selain itu juga peneliti menggunakan beberapa buku, skripsi, sosial media, situs internet dan jurnal penelitian yang relevan terhadap penelitian ini.

HASIL PENELITIAN**1. Uji Normalitas****Tabel 2. Output Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		KEPUASAN PELANGGAN	HARGA	FASILITAS	KUALITAS PELAYANAN
N		100	100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	92.02	78.60	85.72	121.19
	Std. Deviation	16.768	6.933	29.886	42.795
Most Extreme Differences	Absolute	.127	.122	.113	.114
	Positive	.082	.088	.113	.104
	Negative	-.127	-.122	-.086	-.114
Kolmogorov-Smirnov Z		1.268	1.220	1.129	1.139
Asymp. Sig. (2-tailed)		.080	.102	.156	.149

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data yang diolah (2022)

Hasil uji normalitas dengan uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) untuk variabel kepuasan pelanggan adalah 0,080, variabel harga adalah 0,102, variabel fasilitas adalah 0,156, dan variabel kualitas pelayanan adalah 0,149. Dimana hasil tersebut lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan semua data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Tabel 3. Output Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	38.699	15.470		2.501	.014		
HARGA	.295	.187	.122	1.574	.119	.996	1.004
FASILITAS	.431	.086	.768	4.993	.000	.252	3.965
KUALITASPELAYANAN	-.056	.060	-.142	-.925	.357	.252	3.969

a. Dependent Variable: KEPUASANPELANGGAN

Sumber: Data yang diolah (2022)

Berdasarkan table 3 diketahui, variabel independent menunjukkan tidak terjadi gejala multikolinieritas karena nilai VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,1.

3. Uji Autokorelasi

Tabel 4. Output Uji Autokorelasi**Model Summary^b**

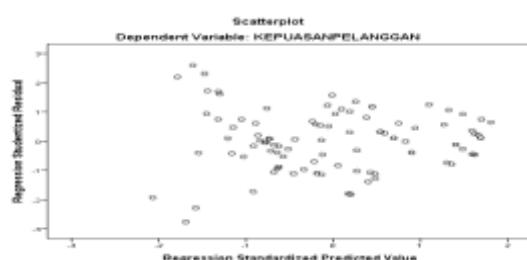
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.654 ^a	.428	.410	12.883	1.987

a. Predictors: (Constant), KUALITASPELAYANAN, HARGA, FASILITAS

b. Dependent Variable: KEPUASANPELANGGAN

Berdasarkan table 4 di atas menunjukkan nilai Durbin-Watson sebesar 1,987 dengan nilai DU = 1,732 dan DL 1,603. Hal ini menunjukkan tidak terjadi gejala autokorelasi pada model regresi karena DU < DW < 4-DU atau 1,732 < 1,987 < 2,013.

4. Uji Heteroskedastisitas

Output Garfik Scatterplot

Sumber: Data yang diolah (2022)

Berdasarkan grafik Scatterplot dapat dilihat titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi pada penelitian tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis**1. Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Coefficients ^a			t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
1 (Constant)	38.699	15.470		2.501	.014		
HARGA	.295	.187	.122	1.574	.119	.996	1.004
FASILITAS	.431	.086	.768	4.993	.000	.252	3.965
KUALITASPELAYANAN	-.056	.060	-.142	-.925	.357	.252	3.969

a. Dependent Variable: KEPUASANPELANGGAN

Sumber: Data yang diolah (2022)

Hasil analisis regresi linier berganda dapat disusun suatu persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 38.699 + 0,295X_1 + 0,431X_2 (-0,056X_3)$$

2. Uji F**Tabel 6. Output Uji F**

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	11901.280	3	3967.093	23.903	.000 ^b
1 Residual	15932.680	96	165.965		
Total	27833.960	99			

a. Dependent Variable: KEPUASANPELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITASPELAYANAN, HARGA, FASILITAS

Sumber: Data yang diolah (2022)

Berdasarkan F_{tabel} dengan df 1 (jumlah variabel – 1) atau $4-1 = 3$, dan df 2 ($n-k-1$) atau $100-3-1 = 96$ maka hasil F_{tabel} yaitu 2,699 menunjukkan hasil uji F dengan nilai sebesar $23.903 > 2.699$. Dan berdasarkan tabel tersebut diketahui nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan, harga, dan promosi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Uji t**Tabel 7. Output Uji t**

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
(Constant)	38.699	15.470		2.501	.014
1 HARGA	.295	.187	.122	1.574	.119
FASILITAS	.431	.086	.768	4.993	.000
KUALITASPELAYANAN	-.056	.060	-.142	-.925	.357

a. Dependent Variable: KEPUASANPELANGGAN

Sumber: Data yang diolah (2022)

Untuk menentukan t_{tabel} dapat dilihat pada tabel signifikansi 0,05 dengan $df = n-k-1$ atau $100-3-1 = 96$ maka hasil t_{tabel} yaitu 1,660. Berdasarkan hasil output uji t menunjukkan bahwa:

a. Variabel Harga (X_1) nilai t hitung $> t_{tabel}$ ($1.574 < 1.660$) dan nilai signifikansi

- (0,014 < 0,05) maka Ho diterima, yang artinya Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Variabel Fasilitas (X_2) nilai t hitung $> t_{tabel}$ (4.993 > 1,660) dan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$) maka Ho ditolak, yang artinya Fasilitas berpengaruh signifikan namun negatif terhadap Kepuasan Pelanggan.
 - Variabel Kualitas Pelayanan(X_3) nilai t hitung $< t_{tabel}$ (-0.925 < 1,660) dan nilai signifikansi ($0,357 > 0,05$) maka Ho diterima, yangartinya Kualitas Pelayanan sangat tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

4. Koefisien Determinasi

Tabel 8. Output Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.654 ^a	.428	.410	12.883	1.987

a. Predictors: (Constant), KUALITASPELAYANAN, HARGA, FASILITAS

b. Dependent Variable: KEPUASANPELANGGAN

Sumber: Data yang diolah (2022)

Berdasarkan pada tabel 4.13 tersebut di atas dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,410 (41,00%) artinya menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh terhadap variabel independen (Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelyanan) terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) adalah sebesar 41% sedangkan sisanya sebesar 59% dipengaruhi oleh variabel lain (Produk, Promosi, Citra Merek, dan Lokasi) yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisi uji parsial (uji t) peneliti menemukan fakta bahwa variabel Harga tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini ditunjukan dengan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu ($1,574 < 1,660$) dengan niali signifikansi 0,001. Variabel Harga memiliki 2 dimensi yaitu Daftar Harga dan Potongan Harga. Hasil dari kedua dimensi tersebut menurut penilaian responden bahwa dalam memberikan Harga yang di berikan oleh PT. Bersih Sehat Cabang Puri Kencana bersaing dengan kompetitor yang lainnya sehingga pelanggan merasa puas dengan Harga tersebut. Hal ini ditunjukkan pada penilaian responden yang ada pada dimensi Harga yaitu Daftar Harga dengan skor tertinggi 89,00 pada indikator Daya saing harga dimana pada pernyataaan tersebut bahwa harga yang di tentukan bersaing. Dibanding dengan skor terendahnya 60,00 yang ada di dimensi Keterjangkauan Harga dan Daya saing Harga pada indikator dimana pada pernyataan tersebut bahwa mendapatkan nilai total paling sedikit. Sehingga dalam hal ini dimensi Daftar Harga menjadi skor tertinggi pada indikator Daftar Harga karna PT. Bersih Sehat Cabang Puri Kencana mempunyai banyak pilihan daftar harga yang di berikan kepada pelanggan. Dan juga harga yang di tentukan oleh PT. Bersih Sehat Cabang Puri Kencana sesuai dengan manfaat yang di dapat oleh pelanggan yang menggunakan jasa tersebut, disamping itu harga yang di

tentukan juga bersaing dengan competitor lainnya. Sedangkan pada dimensi Keterjangkauan Harga dan Daya saing Harga dalam jumlah banyak menjadi skor terendah pada indikator Keterjangkauan Harga dan Daya saing Harga karna PT. Bersih Sehat Cabang Puri Kencana dalam pelayanan banyak tidak mampu bersaing dengan competitor melainkan potongan tersebut jika melakukan pelayanan, misalkan jika pelanggan dating langsung kera gerai Bersih Sehat.

B. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis uji parsial (uji t) peneliti menemukan fakta bahwa variabel Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu ($4,993 > 1,660$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono (2016) "Fasilitas merupakan sumber fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada pelanggan. Fasilitas adalah sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan pelanggan secara langsung ini artinya beberapa responden, bahwa Fasilitas merupakan faktor yang penting untuk pelanggan untuk melakukan treatment di PT. Bersih Sehat Cabang Puri Kencana, dengan demikian menunjukkan fasilitas dapat mempengaruhi responden dalam memperoleh Kepuasan Pelanggan.

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis uji parsial (uji t) peneliti menemukan fakta bahwa variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t _{hitung} lebih kecil dari t _{table} yaitu ($-0,925 < 1,660$) dengan niali signifikansi 0,000.

Hasil penelitian ini relevan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016) Kualitas Pelayanan didefinisikan sebagai "Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu". Pada penjelasan di atas bisa di simpulkan bahwa Kualitas Pelayanan yang di berikan pada PT. Bersih Sehat Cabang Puri Kencana dalam proses pelayanannya belum sesuai dengan yang di janjikan. Dimana ketika pelanggan menggunakan pelayanan tersebut pelanggan merasa puas dengan ekspektasi yang diharapkan oleh pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari variabel, Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Bersih Sehat Cabang Puri Kencana. Dapat penulis simpulan dari peneliti ini adalah:

1. Hasil analisa variabel Harga (X_1), Fasilitas (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di PT. Bersih Sehat Cabang Puri Kencana.
2. Hasil analisa variabel Harga (X_1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di PT. Bersih Sehat Cabang Puri Kencana.
3. Hasil analisa variabel Fasilitas (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di PT. Bersih Sehat Cabang Puri Kencana

-
4. Hasil analisa variabel Kualitas Pelayanan (X_3) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di PT. Bersih Sehat Cabang Puri Kencana.

SARAN

Berdasarkan penelitian ini, peneliti perlu memberi saran yang mungkin dapat dipertimbangkan pimpinan perusahaan. Adapun saran-saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan indikator dengan skor terendah pada variabel Harga yaitu Keterjangkauan Harga dan Daya saing Harga. Dalam hal ini akan lebih baik jika PT. Bersih Sehat Cabang Puri Kencana memberikan harga yang sebanding dengan kompetitor dan memberikan potongan harga kepada pelanggan yang pelayanan dengan jumlah yang sering, karena dari potongan tersebut bisa menarik pelanggan dalam memberikan pelayanan, yang dimana belum terdapat pada kompetitor atau pesaingnya.
2. Fasilitas variabel berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Semakin lengkap fasilitas yang di berikan maka akan semakin tinggi juga tingkat Kepuasan Pelanggan yang di peroleh pelanggan. Maka pimpinan PT. Bersih Sehat Cabang Puri Kencana disarankan untuk lebih meningkatkan fasilitas yang sangat memadai sehingga akan menambah kepuasan pelanggan di masa mendatang.
3. Berdasarkan indikator dengan skor terendah pada variabel Kualitas Pelayanan yaitu karyawan memiliki tubuh yang proporsional (ideal), dalam hal ini responden atau pelanggan tidak terlalu mempermasalahkan hal tersebut, melainkan pelanggan lebih mengharapkan dengan proses kualitas pelayanan yang cepat dan akurat sehingga akan memenuhi.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan dan pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya. Dan juga diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain sehingga informasi yang diperoleh lebih beragam. Peneliti juga berharap dalam penelitian selanjutnya dapat memperluas variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA**Sumber Buku :**

- Anang Firmansyah & Didin Fatihudin. Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur kepuasan dan Loyalitas Pelanggan) 2019.
Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa-Prinsip Penerepan, dan Penelitian 2017.
Fandy Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra Service, Quality & Satisfaction Edisi 4 2016.
Philip Kotler & Kevin Lane Keller 2016 Edisi: 13 Jilid I.
Priyatno, Duwi. 2017. SPSS22 Pengolah Data Terpraktis. Andi. Yogyakarta
Rambat Lupiyoadi. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi. Salameba Empat.
Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Bandung: PT. Alfabet

Sumber Jurnal :

- Aditya, K. 2016. Persepsi Konsumen Pada Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Kualitas Layanan dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus pada took busana arrival mode jember). *Jurnal Jember*, at : <http://repository.unmuhanjember.ac.id/id/eprint/383> diakses tanggal 29 Juni 2018.
- Aji, W.K. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pasien Klinik As Syifaidi :<http://eprints.undip.ac.id/29543/1/Jurnal.pdf> diakses tanggal i24 inovember i2018.
- Ana Fitriyatul Bilgies: Peran Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare Clinic Sidoarjo, 2016.

- Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Café Lina Putra Net Bandungan *Iqbal Krisdayanto, Andi Tri Haryono, Edward Gagah 2018*
- Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Umum Daerah Rantau Prapat Hariani Ritonga 2019.
- Balia, J. F.T. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5959/5473> diakses tanggal 24 november 2018.
- Buku Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntasi Dan Manajemen Penerbit Andi *Dealisna . Pantilu, Rosalina M. Koleangan, Ferdy . Roring*
- Dealisna Pantilu, Rosalina A.M Ferdy Roring: Pengaruh Kualitas Jasa, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Bendito Manado, 2018.
- Didik Nurdiansyah dan Dian Ayu Liana Dewi: Pengaruh Citra, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Primaga cabang Rembang, 2018.
- Fanly W Manus, Bode Lumanauw: Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kartu Prabayar Tri di Tondono Barat, 2015.
- Freddy Rangkuti, Customer Service Satisfaction & Call Center, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 6.
- Hoetomo, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, (Surabaya: Mitra Pelajar, 2005), h. 346.
- M. Nur Rianto Al Arif, Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah, (Jakarta: Alfabetia, 2010), h. 211
- M. Nur Rianto Al Arif, Op.Cit., h. 213. 54 Susatyo Herlambang, Op.Cit., h. 72.
- Mia Audina dan Sri Langgeng Ratnasari: Pengaruh Fasilitas, Harga, dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Hana Batam, 2017.
- Narbuko, Cholid (2016). Metodologi Penelitian. Jakarta : Badan Penerbit Bumi Aksara.
- Nur Indriantoro, M.Sc., Ph.D., Akuntan, Drs. Bambang Supomo, M.Si., Akuntan Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan di PT. Citra Raya Mandiri Motor Surabaya Muhammad Gufron Program Studi Teknik Industri Universitas 45 Surabaya 2020.
- Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Warunk Bendito Kawasan Mega Mas Manado
- Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung di Argowisata Loco Antik Pg Pangka Kabupaten Tegal Hajar Adhayanti dan Renny Aprilliyani 2018.
- Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam Indra Firdiansyah 2017
- Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Yang diberikan kenari waterpark bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Andi Muhammad Irfan 2018
- Rochyan Ridho, Mukeri Warso, Aziz Fathoni: Pengaruh Kualitas jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Graha Service Indonesia cabang Semarang. 2016.
- Susatyo Herlambang, Manajemen Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit, (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2016), h.71-72.
- Yolanda M. Siagian, Aplikasi Supply Chain Management Dalam Dunia Bisnis, (Jakarta: PT Grasindo, 2005), h. 64.