

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV.Karya Nusantara

Johan Wijaya¹, Triana Melinda Sinaga²
MANAJEMEN,STMB MULTISMART,KOTA MEDAN,SUMATERA UTARA
wijayajohan67@gmail.com , trianamelinda@gmail.com

Abstrak

Dalam penelitian ini tujuannya adalah untuk mengetahui adakah pengaruh internal dan eksternal kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada CV.Karya Nusantara . penelitian menggunakan metode kuantitatif asosiatif dimana agar membantu penliti untuk mencari seberapa besar sebab akibat yang akan berpengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada CV.Karya Nusantara . Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara pembagian kuisisioner berupa google form yang akan di bagikan dalam bentuk link kepada pelanggan CV.Karya Nusantara dengan jumlah responden adalah 50 responden yang hanya berlokasi di sumatera utara . Besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan dapat di lihat dari uji determinan sebesar 34.2% dan sisa 65.8% merupakan sumber faktor lain yang dapat di jelaskan dengan variabel lainnya . Sebagai temuan bahwa bagi CV.Karya Nusantara belum memiliki kualitas alat dan harga yang belum cukup bersaing sehingga kepuasan pelanggan menjadi berkurang dan penyewaan secara berskala berkurang , kedua permasalahan tersebut dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan guna meningkatkan kualitas dan menciptakan harga yang lebih bersaing yang ada kaitannya dengan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan , Harga , Kepuasan Pelanggan*

Abstract

In this study the aim is to determine whether there is an internal and external influence of service quality and price on customer satisfaction at CV.Karya Nusantara. The research uses quantitative associative methods in order to help researchers to find out how much cause and effect will affect the quality of service and price on customer satisfaction at CV.Karya Nusantara. The data collection technique used is by distributing questionnaires in the form of google forms which will be distributed in the form of links to CV.Karya Nusantara customers with the number of respondents being 50 respondents who are only located in North Sumatra. The influence of service quality and price on customer satisfaction can be seen from the determinant test of 34.2% and the remaining 65.8% is a source of other factors that can be explained by other variables. As a finding that CV.Karya Nusantara does not yet have quality tools and prices that are not competitive enough so that customer satisfaction is reduced and rentals are reduced on a scale, these two problems can be a consideration for companies to improve quality and create more competitive prices which have to do with customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Price, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis kini semakin dinamis seiring dengan semakin meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa untuk memenuhi segala kebutuhannya. Demi menjaga kelangsungan usaha di tengah-tengah persaingan bisnis yang sangat kompetitif, suatu perusahaan harus memberikan kepuasan pelanggannya. Dalam dunia bisnis, kompetisi yang berat membuat setiap perusahaan akan bekerja keras untuk usahanya dalam memuaskan pelanggan sehingga perusahaan tersebut mendapatkan pelanggan yang loyal lebih disebabkan karena pelanggan yang semakin cerdas, sadar harga, dan banyak menuntut, informasi yang banyak didapat diakses pelanggan dan juga banyak informasi produk lain yang dapat diakses pelanggan sehingga membuat pelanggan semakin “dimanjakan” oleh pilihan produk via internet. Kondisi tersebut menyebabkan pelanggan memiliki pilihan yang lebih banyak dalam menggunakan uang yang dimilikinya.

1.2 Kualitas Pelayanan

Menurut (Rohansyah Miswar, 2015, p. 18) Kualitas pelayanan merupakan penilaian secara keseluruhan terhadap pelayanan yang diberikan. Sedangkan Menurut (Lina Sari Situmeang, 2017) Kualitas pelayanan merupakan suatu profit strategy untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Sehingga dapat kita simpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu pelayanan yang kita berikan kepada konsumen agar mendapatkan kepercayaan maupun kesetiaan untuk mempertahankan kerja sama. (Rohansyah Miswar, 2015, p. 18) juga mengungkapkan bahwa Apabila pelanggan menerima atau merasakan kualitas yang lebih baik, maka akan menimbulkan kepuasan yang lebih, sebaliknya apabila pelanggan kurang merasa puas atas barang atau jasa yang diterima atau dirasakan, maka pelanggan tidak merasa puas. Pelanggan yang tidak puas terhadap

barang atau jasa yang ditawarkan harus ditanggapi secara serius, karena dapat mengancam kelangsungan hidup organisasi. Sedangkan indikator yang mencirikan kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu menurut (Oktarini, 2020) antara lain : bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

1.3 Harga

Menurut (Lina Sari Situmeang, 2017) Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok. 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. Sedangkan (Andalusi, 2018) mengungkapkan bahwa Produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada pelanggan. Sehingga dapat saya simpulkan bahwa harga merupakan sebuah hal penting yang dimana suatu kunci yang harus di pertimbangkan depan terperinci untuk mendapatkan kesepakatan yang memuaskan konsumen, dengan harga yang kita berikan harus sesuai kualitas yang kita berikan agar mendapatkan kepuasan pelanggan yang dimana yang berakhir dengan kesepakatan terus dan menimbulkan kerja sama yang baik kedepannya. Adapun indikator – indikator yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu (Menurut Kotler 2012: 345 dalam buku Andalusi, 2018) antara lain : Keterjangkauan Harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk dan Daya saing harga.

1.4 Kepuasan Pelanggan

Menurut (Lina Sari Situmeang, 2017, p. 14) Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari

pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Kepuasan juga dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa (Herawati et al., 2018). Disimpulkan bahwa dengan dengan kualitas pelayanan dan penetapan harga tepat dapat membuat seorang konsumen terus menerus untuk menggunakan jasa kami di sertai juga dengan rasa kepercayaan dan rasa kesetiaan yang tinggi. Dalam hal ini indikator yang dapat menunjukkan kepuasan konsumen adalah apakah konsumen tersebut akan membeli kembali dan menggunakan produk tersebut diwaktu yang akan datang (Andalusi, 2018).

1.5 Identifikasi Masalah

CV.Karya Nusantara merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa kontraktor , yang dimana jasa kontraktor tersebut banyak digunakan para masyarakat luas untuk mendaur ulang kembali perkebunan yang sudah rusak maupun sudah tidak berproduksi lagi menjadi berproduksi kembali. Pelayanan jasa kontraktor CV.Karya Nusantara juga banyak di gunakan untuk pembangunan jalan yang masih belum terbuka, pembuatan parit, penebangan pohon yang sudah rusak agar dapat di tanam pohon yang baru kembali, Bahkan CV.Karya Nusantara juga ada melakukan sewa menyewa alat yang dimana alat kontraktor CV.Karya Nusantara dapat digunakan oleh pihak penyewa untuk memperbantukan di kebun penyewa sendiri tersebut dan lain-lain.

Saat ini banyak juga pelayanan jasa yang bergerak di bidang jasa kontraktor dengan berbagai jasa pelayanan yang beragam ada yang berupa pelayanan pembuatan gedung, pembuatan rumah, pelayanan pembuatan jembatan dan juga pelayanan yang sama dengan CV.Karya Nusantara yang di bidang pertanian atau perkebunan. Sehingga dapat di simpulkan CV.Karya Nusantara juga banyak mempunyai persaingan dengan perusahaan yang lain.

Dalam Hal tersebut CV.Karya Nusantara mempunyai banyak persaingan yang di antara nya ada PT.Namu Karya Mandiri, PT.Tatabratha, PT.Pinang Mas Intiraya dan lain-lain. Dalam hal tersebut CV.Karya Nusantara Selalu berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan yang terhadap konsumen agar menerima kesepakatan kerja sama yang baik dan dapat bersaing dengan perusahaan – perusahaan kontraktor yang lain, ada pula penetapan harga sewa menyewa alat yang selalu menjadi suatu persaingan kuat yang di berikan perusahaan – perusahaan besar yang lain.

Oleh karena itu keberhasilan dan meningkatnya perusahaan CV.Karya Nusantara sangat berpengaruh dengan kepuasan pelanggan melalui penetapan harga dan kualitas pelayanan yang baik agar dapat menimbulkan rasa kepercayaan dan kesetiaan yang menimbulkan kesepakatan kerja sama terus menerus.

CV.Karya Nusantara Saat ini memiliki permasalahan yang membuat hal tersebut susah bersaing dengan perusahaan – perusahaan lain yaitu kualitas alat berat kontraktor yang di berikan CV.Karya Nusantara termasuk sering mendapatkan complain dari pihak penyewa yang berupa alat berat kontraktor yang di sewakan sering mengalami kerusakan yang membuat hal tersebut menunda pekerjaan penyewa. CV.Karya Nusantara juga dalam penetapan harga susah untuk bersaing dengan perusahaan – perusahaan lain karena harga yang di berikan sedikit lebih tinggi yang di sebabkan beberapa faktor berupa harga solar yang sekarang sangat tinggi, perbaikan alat berat kontraktor yang terus menerus dan lain-lain. Dari permasalahan di atas dapat simpulkan bahwa adanya hubungan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan, maka peneliti tertarik untuk mengkaji tentang “Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan pelanggan pada CV.Karya Nusantara “ batasan dan ruang lingkup yang diteliti oleh penulis yaitu CV.Karya Nusantara yang berlokasi di Jl. Pendidikan Dsn. IV Marindal, Patumbak. Variabel yang di teliti oleh penulis yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Sampel penelitian yang diteliti

dibatasi pada konsumen Atau Pelanggan CV.Karya Nusantara.

METODE

Penelitian yang di lakukan yaitu penlitian kuantitatif. Menurut (Pratama, 2021, p. 14) Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data dalam bentuk angka-angka yang bersifat kuantitatif, untuk dapat meramalkan kondisi populasi, atau kecenderungan masa datang. Sedangkan rumusan masalah yang dipakai peneliti adalah rumusan masalah asosiatif, yaitu suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variable atau lebih. Bentuk hubungannya yaitu hubungan kausal, hubungan yang bersifat sebab akibat, jadi disini ada variabel independent (variabel yang mempengaruhi) yang disebut dengan variabel X dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) yang disebut dengan variabel Y. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Teknik pengumpulan data berupa kuesioner dan skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert.

Populasi Sampel

Menurut (Lina Sari Situmeang, 2017) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan peneliti, dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi di dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen dari CV.Karya Nusantara. Mengingat bahwa terlalu susah banyak dan terlalu susah menjangkau konsumen yang berada terlalu jauh maka penulis akan penilitian yang berada di sekitar Sumatera Utara dengan sampel sebanyak 50 responden.

Metode Analisis

Pengujian data dilakukan menggunakan program Statistical Packages for Social Sciences (SPSS), yaitu :

Uji Validitas dan Realibilitas

Uji Validitas bertujuan agar menguji apakah pernyataan dalam kusioner valid atau tidak dari data 50 responden yang di dapat dari konsumen CV.Karya Nusantara. Sebuah instrument dinyatakan valid apabila setiap faktor memiliki nilai korelasi diatas 0,279 dan apabila nilai korelasi dibawah 0,279 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut tidak valid, sehingga harus diperbaiki atau dibuang.

Uji Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Cronbach Alpha dengan kriteria pengambilan yaitu jika koefisien Cronbach Alpha $> 0,60$ maka pernyataan dinyatakan reliabel.

Uji Heteroskedastisitas

Dalam persamaan regresi berganda perlu dilakukan pengujian mengenai sama atau tidak samanya varians dari residual observasi atau dengan yang lain. Jika residual mempunyai kesamaan dalam varians, disebut Homoskedatissitas dan jika varians tidak mempunyai persamaan disebut Heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Normalitas data dalam penelitian dilihat dengan cara memperhatikan titik pada Normal P-Plot dari variabel terikat. Sehingga dapat di simpulkan bahwa dalam hal ini yang di uji bukan masing – masing variabel Independen dan dependen tetapi nilai residual yang di hasilkan dari model regresi.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk analisis regresi ganda yang terdiri atas dua variabel bebas atau lebih. Dengan teknik ini akan diukur pengaruh variabel X tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r). Jika koefisiensi korelasi antar variabel X lebih kecil atau sama dengan 0,60 dikatakan tidak terjadi multikolinieritas, tetapi jika variabel bebas lebih besar dari 0,60 di katakan multikolinieritas dan tidak dapat di lanjutkan.

Analisi Regresi Linier Berganda

Setelah data berskala interval, untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara tiga variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2) dan Lokasi (X_3) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

$H_1 : b_i = 0$ Analisis Regresi Linear Ganda

Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_2 : b \neq 0$ Artinya secara parsial

terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

H_0 diterima, apabila t hitung $< t$ tabel pada $\alpha = 0.05$

H_a diterima, apabila t hitung $> t$ tabel pada $\alpha = 0.05$

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Melalui uji statistik dengan langkah-langkah sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$

Artinya secara bersama-sama atau simultan tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$

Artinya secara bersama-sama atau simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji Determinan (R^2)

Untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh antara variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (Y). Jika (R^2) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel bebas (X_1 dan X_2) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika (R^2) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (Y) semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

Dalam proses pengolahan data, penulis mempergunakan aplikasi computer dengan program SPSS untuk mempermudah dan mempercepat pengolahan data. SPSS adalah suatu software yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun nonparametrik dengan basis windows.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Validitas

Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)			
KuP1	0.310	0.279	VALID
KuP2	0.553	0.279	VALID
KuP3	0.407	0.279	VALID
KuP4	0.605	0.279	VALID
KuP5	0.376	0.279	VALID
Harga (X2)			
H1	0.509	0.279	VALID
H2	0.592	0.279	VALID
H3	0.316	0.279	VALID
Kepuasan Pelanggan (Y)			
KeP1	0.647	0.279	VALID
KeP2	0.475	0.279	VALID
KeP3	0.583	0.279	VALID
KeP4	0.370	0.279	VALID
KeP5	0.537	0.279	VALID
KeP6	0.401	0.279	VALID
KeP7	0.322	0.279	VALID
KeP8	0.299	0.279	VALID
KeP9	0.369	0.279	VALID

Tabel 1 hasil Uji Validitas

Berdasarkan pada tabel 1. tersebut dapat dilihat bahwa keseluruhan nilai rhitung > rtabel 0.279 maka semua pernyataan dianggap valid.

3.2 Uji Realiabilitas

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	N	of Items
.746	17	

Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari nilai 0,60 yang artinya seluruh jawaban responden sangat konsisten dan reliabel.

3.3 Uji Asumsi Klasik

3.3.1 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3 Uji Heteroskedastisitas

Pada Tabel 3 di atas dapat di lihat bahwa nilai Sig variabel Kualitas Pelayanan (X1) > 0.05 dan nilai Sig variabel Harga (X2) > 0.05, yang artinya tidak terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

3.3.2 Uji Normalitas

Tabel 4 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		3.48181622
Most Extreme Differences	Absolute		.105
	Positive		.099

Coefficients^a

Model	B	Std. Error	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	Tolerance	VIF
1 (Constant)	12.625	3.115			4.053	.000			
Kualitas Pelayanan	.118	.164	.091	.719	.476	.875	.87	.142	
Harga	1.335	.309	.546	4.320	.005	.87	.87	.142	

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Coefficients^a

Model	B	Std. Error	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
1 (Constant)	2.465	2.098			1.175	.246
Kualitas Pelayanan	.067	.110	.095	.610	.545	
Harga	-.105	.208	-.078	-.502	.618	

a. Dependent Variable: RES2

Negative	-.105
Test Statistic	.105
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Pada Tabel 4 di atas tertulis bahwa nilai Sig adalah 0.200 dan lebih besar dari 0.05 (0.200 > 0.05) maka dapat di simpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

3.3.3 Uji Multikolinearitas

Tabel 5 Uji Multikolinearitas

Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai tolerance dari kedua variabel adalah > 0.10 maka yang berarti

bahwa tidak terjadi Multikolinearitas dalam analisis tersebut.

3.4 Uji Regresi Linear Berganda

3.4.1 Uji Parsial (Uji t)

Tabel 6 Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	B	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	VIF
1 (Constant)	12.625	3.115		4.053	.000		

dapat dikatakan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y.

3.4.2 Uji Simultan (Uji F)

Tabel 7 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	308.551	2	154.275	12.206	.000 ^b
	Residual	594.029	47	12.639		
	Total	902.580	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Kualitas Pelayanan	.118	.164	.091	.719	.476	.875	1.142
Harga	1.335	.309	.546	4.320	.000	.875	1.142

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Tabel 6 di atas menunjukkan bahwa nilai t pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah 0.719 dan nilai Sig 0.476, maka di simpulkan bahwa nilai t pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) $0.719 < 2.011$ dan nilai Sig $0.476 > 0.05$ sehingga dapat dikatakan bahwa H1 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh X1 terhadap Y, Sedangkan Pada variabel Harga (X2) terdapt nilai t adalah 4.320 dan nilai sig 0.000, maka di simpulkan bahwa nilai t pada variabel Harga (X2) $4.320 > 2.011$ dan nilai Sig $0.00 < 0.05$ sehingga

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

Pada Tabel 7 di atas dapat di lihat bahwa nilai F $12.206 > 3.19$ dan nilai Sig $0.000 < 0.05$ sehingga dapat di simpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara X1 dan X2 terhadap Y.

3.4.3 Uji Determinan (R²)

Tabel 8 Uji Determinan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.585 ^a	.342	.314	3.55513

- a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan
- b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Pada Tabel 8 di atas diketahui nilai R Square sebesar 0.342 hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar 34.2%

KESIMPULAN& SARAN

Secara keseluruhan dapat di simpulkan bahwa adanya pengaruh secara parsial dan simultan antara kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada pelanggan CV.Karya Nusantara, walaupun pada uji parsial variabel kualitas pelayanan (X1) tidak terdapat pengaruh pada variabel Kepuasan pelayan (Y) tetapi terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Nilai R Square adalah sebesar 34.2% yang di kategorikan sedang karena masih ada faktor-faktor lain yang tidak di teliti oleh peneliti. Sehingga sisa 65.8% faktor lain di pengaruhi oleh faktor-faktor yang lain.

Dari hasil penelitian di atas sebaiknya CV.Karya Nusantara lebih memperhatikan kembali semua kualitas pelayanan alat berat agar tidak terdapat kerusakan yang menimbulkan kepuasan pelanggan menjadi menurun dan mempertimbangkan kembali harga yang di tawarkan kepada pelanggan dengan lebih memperhatikan kembali pesaing – pesaing yang lain agar dapat lebih menyaingi harga dengan kualitas yang di berikan sehingga pelanggan akan sangat puas. Dengan kepuasan tersebut pelanggan akan lebih memperhatikan CV.Karya Nusantara dan membuat pelanggan akan menyewa atau bertransaksi lagi dengan CV.Karya Nusantara.

DAFTAR PUSTAKA

Andalusi, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Penunjang Laboratorium (Studi kasus Pada PT

Laborindo Sarana Jakarta). *Jurnal Madani*, 1(2), 305–322.

Herawati, N., Hidayat, A., & Suwarsito, S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. In *Jurnal Mitra Manajemen* (Vol. 2, Issue 5). <https://doi.org/10.52160/ejmm.v2i5.157>

Lina Sari Situmeang. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Oktarini, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 6(2), 248. <https://doi.org/10.32493/skr.v6i2.5541>

Pratama, A. A. N. & E. C. (2021). Metodologi Penelitian Bisni Dengan Pendekatan Kuantitatif. In *Syria Studies* (Vol. 7, Issue 1). https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civilwars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625

Rohansyah Miswar. (2015). DAMPAK KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RUMAH SAKIT (STUDI KASUS DI RUMAH SAKIT BAHTERAMAS DAN ALIYAH). In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 3, Issue April).