

Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Yudi Las di Lumajang

Faris Ambarwati¹, Emmy Ermawati², M. Taufik³

Program Studi Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang, Indonesia¹²³

Email: frisambr@gmail.com¹, emmy.ermawati01@gmail.com², mtaufikwiga@gmail.com³

INFO ARTIKEL

Volume 6

Nomor 1

Bulan September

Tahun 2023

Halaman 319-327

ABSTRAK

Bengkel Yudi Las adalah bisnis di bidang pengelasan yang merupakan bisnis bergerak di bidang produk dan layanan, yang menawarkan berbagai produk dengan beragam variasi seperti; etalase, lemari aluminium, tangga putar, pagar, pintu, teralis jendela, kanopi, dipan, harmonika, railing tangga, railing balkon, ayunan, dan lain-lain. Metode penelitian digunakan dalam penelitian adalah kuantitatif. Pengumpulan data dilaksanakan melalui penyebaran kuesioner, dan dalam studi ini jumlah responden yang digunakan sebanyak 40 konsumen. Pengujian hipotesis dilaksanakan dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Setelah melakukan uji parsial atau uji t diperoleh hasil sebagai berikut: 1) harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Yudi Las di Lumajang. 2) kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Yudi Las di Lumajang 3) kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Yudi Las di Lumajang.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Pelayanan

ABSTRACT

Yudi Las workshop is a business in the field of welding which is a business engaged in products and services, which offers a variety of products with diverse variations such as; storefronts, aluminum cabinets, rotary ladders, fences, doors, window trellises, canopies, cots, harmonica, stair railings, balcony railings, swings, and others. The research method used in research is quantitative. Data collection was carried out through the distribution of questionnaires, and in this study the number of respondents used was 40 participants. Hypothesis testing is carried out using multiple linear regression analysis methods. After conducting a partial test or t test, the following results were obtained: 1) the price has a significant effect on consumer satisfaction at the Yudi Las Workshop in Lumajang. 2) product quality does not significantly affect customer satisfaction at Yudi Las Workshop in Lumajang 3) service quality has a significant effect on customer satisfaction at Yudi Las Workshop in Lumajang

Keywords: Price, Product Quality, Customer Satisfaction, Service

PENDAHULUAN

Di tengah tantangan kompetisi bisnis dalam era globalisasi perkembangan bisnis kini telah berkembang pesat, salah satu bisnis yang saat ini berkembang pesat dan kompetitif adalah bisnis di bidang pengelasan, dengan pertumbuhan penduduk di Indonesia semakin meningkat dapat dilihat dari pengembangan saat ini yang sedang mengalami hal pembangunan yang membutuhkan jasa pengelasan untuk membuat produk berbahan besi, baik rumah, gedung, dan benda-benda lainnya yang mengakibatkan munculnya banyak persaingan dari banyaknya peluang dalam bisnis produk konstruksi besi dan stainless steel. “Keadaan persaingan yang tajam antar perusahaan, sehingga memaksa perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi perusahaan, agar perusahaan mengetahui strategi pemasaran seperti apa dan bagaimana yang harus diterapkan dalam perusahaan” (Yatminiwati & Ermawati, 2021). Dalam menghadapi hal ini maka setiap perusahaan harus mampu bersaing dalam pasar dan terus meningkatkan kualitas produk dan jasanya, agar dapat bersaing dan dapat memiliki produk atau jasa yang bermutu. Bengkel Yudi Las adalah bisnis di bidang pengelasan yang merupakan salah satu bisnis bergerak di bidang produk dan jasa, Bengkel Yudi Las melayani pembuatan aksesoris (perlengkapan rumah) terkait dengan produk dan jasa konstruksi dari besi dan stainless steel, ada banyak produk yang membutuhkan proses pengelasan untuk dapat menghasilkan suatu produk jadi, yang menyediakan berbagai produk dengan beragam variasi seperti; etalase, lemari aluminium, tangga putar, pagar, pintu, teralis jendela, kanopi, dipan, harmonika, railing tangga, railing balkon, ayunan, dan lain-lain.

“Kepuasan konsumen merupakan syarat yang harus dipenuhi perusahaan agar mampu sukses menciptakan dan mempertahankan pelanggan” (Irdiana & Hidayah, 2019). Mengutip pendapat Zeithaml dan Bitner dalam (Nugraha, 2016) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen dapat dilihat dari beberapa faktor yakni kualitas produk, harga, kualitas layanan, faktor pribadi dan faktor situasi. Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting diperhatikan dalam pemasaran yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian. Tinggi rendahnya suatu harga yang ditawarkan kepada konsumen, merupakan bahan yang perlu dipertimbangkan karena dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, pemilik usaha dapat memberikan pelayanan yang baik, pelayanan merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh konsumen. Meningkatnya kepuasan konsumen tidak hanya disebabkan oleh pelayanan yang baik tetapi kualitas produk juga merupakan penyebab meningkatnya kepuasan konsumen dan meningkatnya penjualan produk. Kualitas produk memiliki hubungan yang erat untuk mencapai kepuasan terhadap konsumen yang merasakannya. Pada dasarnya dalam membeli suatu produk seorang konsumen tidak hanya membeli produk, akan tetapi konsumen juga membeli manfaat atau keunggulan yang dapat diperoleh dari produk yang dibelinya, semakin banyak manfaat yang akan diperoleh dari produk yang digunakan, maka besar kemungkinan harga juga semakin meningkat. Keberhasilan usaha bengkel las dimulai dari kemampuan dalam menentukan model dan bahan yang berkualitas, kualitas produk yang dihasilkan harus sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen yang dimana harus baik dalam hal mutu, model dan desain produknya. “Desain yang bagus dan terkonsep dengan matang akan menimbulkan persepsi dalam benak konsumen bahwa produk yang ditawarkan berkualitas bagus” (Ermawati, 2019). Oleh karena itu, produk harus memiliki kualitas dari produk-produk yang lain, salah satunya dari segi kualitas produk yang ditawarkan suatu produk harus tepat dalam penentuan dan penetapan harga sehingga dapat diterima oleh konsumen dengan tidak mengabaikan kualitas produk tersebut (Hidayati et al., 2022)

Penelitian yang dilakukan oleh (Susanto, 2020) dengan judul “Analisis Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Foto Copy Dwiyan Di Sampit).” Hasil analisis mendapatkan bahwa ketiga faktor kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya pada penelitian (Nugroho & Saryanti, 2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Bakso dan Mie Ayam Pak Kumis Wonogiri.” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh

positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Untuk variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kemudian variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Bakso dan Mie Ayam Pak Kumis Wonogiri.

Dari penelitian terdahulu terdapat perbedaan dengan penelitian yang sedang diteliti. Adanya perbedaan tentu saja akan menyatakan hasil yang berbeda pula. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Yudi Las di Lumajang, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Yudi Las di Lumajang, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Yudi Las di Lumajang.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, digunakan metode kuantitatif untuk mencari hubungan kausal. Populasi dalam penelitian ini konsumen dari bengkel yudi las di lumajang dengan sampel sebanyak 40 responden. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa teknik pengambilan sampel dari penelitian ini diambil secara *non probability sampling* dan teknik yang dipilih adalah *accidental sampling* metode pengumpulan data dengan kuesioner yang disebarakan secara offline. Teknik analisis data dalam penelitian ini memiliki beberapa tahapan yang dapat dilakukan yaitu, uji instrumen berupa (uji validitas dan reliabilitas) uji asumsi klasik berupa (uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas); analisis regresi linier berganda; dan uji hipotesis berupa (Uji-t) dan koefisien determinasi (R2).

RESULTS AND DISCUSSION

Uji Instrumen

Tabel 1 Hasil Tabel Uji Validitas

No	Kuesioner	r _{hitung}	r _{tabel}	Signifikansi	Keterangan
1.	Harga (X1)				
	Pernyataan X1.1	0,797	0,312	0,000	Valid
	Pernyataan X1.2	0,643	0,312	0,000	Valid
	Pernyataan X1.3	0,798	0,312	0,000	Valid
	Pernyataan X1.4	0,824	0,312	0,000	Valid
	Pernyataan X1.5	0,808	0,312	0,000	Valid
2.	Kualitas Produk (X2)				
	Pernyataan X2.1	0,581	0,312	0,000	Valid
	Pernyataan X2.2	0,480	0,312	0,002	Valid
	Pernyataan X2.3	0,487	0,312	0,001	Valid
	Pernyataan X2.4	0,641	0,312	0,000	Valid
	Pernyataan X2.5	0,551	0,312	0,000	Valid
	Pernyataan X2.6	0,648	0,312	0,000	Valid
	Pernyataan X2.7	0,716	0,312	0,000	Valid
	Pernyataan X2.8	0,737	0,312	0,000	Valid
3.	Kualitas Pelayanan (X3)				
	Pernyataan X3.1	0,723	0,312	0,000	Valid
	Pernyataan X3.2	0,833	0,312	0,000	Valid
	Pernyataan X3.3	0,793	0,312	0,000	Valid
	Pernyataan X3.4	0,852	0,312	0,000	Valid
	Pernyataan X3.5	0,745	0,312	0,000	Valid
4.	Kepuasan Konsumen (Y)				
	Pernyataan Y.1	0,485	0,312	0,002	Valid

Pernyataan Y.2	0,646	0,312	0,000	Valid
Pernyataan Y.3	0,787	0,312	0,000	Valid
Pernyataan Y.4	0,752	0,312	0,000	Valid
Pernyataan Y.5	0,862	0,312	0,000	Valid

Sumber: Pengolahan Data Hasil Pengisian Kuesioner dengan SPSS, 2023

Pada tabel 1 hasil perhitungan koefisien korelasi dari keseluruhan pernyataan setiap variabel memiliki r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,312. Maka dapat disimpulkan bahwa untuk keseluruhan pernyataan setiap variabel pada penelitian ini dapat dikatakan valid

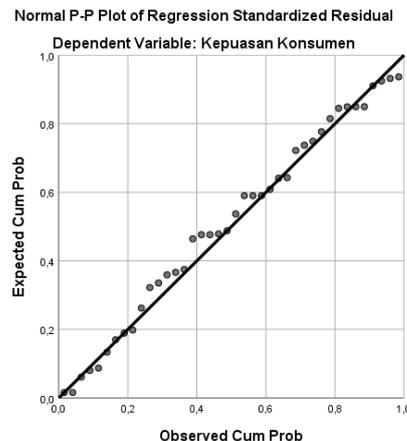
Tabel 2 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Interval Reliabilitas	Keterangan
Harga (X1)	0,830	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,736	0,601 – 0,80	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,843	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,764	0,601 – 0,80	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data Hasil Pengisian Kuesioner dengan SPSS, 2023

Uji reliabilitas dari tabulasi 2 didapati hasil *cronbach's alpha* menunjukkan $>0,6$ maka variabel penelitian yang diterapkan termasuk dalam kategori stabil atau reliabel. Sehingga seluruh indikator variabel dapat digunakan di penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik



Gambar 1 Hasil Pengujian Normalitas Data dengan grafik *Normal P-P Plot*

Sumber: Pengolahan Data Hasil Pengisian Kuesioner dengan SPSS, 2023

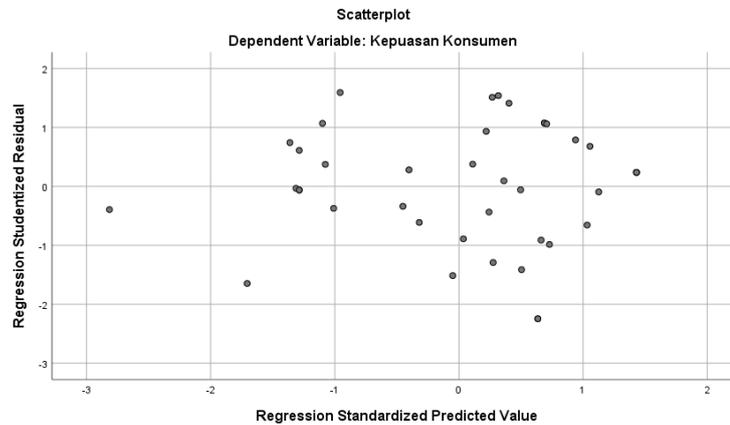
Tabel 3 Hasil Rekapitulasi Pengujian Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga (X1)	0,453	2,209	Bebas Multikolinieritas
Kualitas Produk (X2)	0,366	2,729	Bebas Multikolinieritas
Kualitas Pelayanan (X3)	0,667	1,500	Bebas Multikolinieritas

Sumber: Pengolahan Data Hasil Pengisian Kuesioner dengan SPSS, 2023

Tabel 3 menunjukkan hasil uji multikolinieritas bahwa semua variabel dalam model regresi menunjukkan nilai *tolerance* yaitu 0,453, 0,366, dan 0,667 yang artinya nilai *tolerance* di atas dari 0,1 sedangkan VIF sebesar 2,209, 2,729, dan 1,500 yang berarti tidak lebih daripada 10. Hasilnya

menunjukkan bahwa variabel independen tidak menunjukkan multikolinieritas dalam penelitian ini.



Gambar 2 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas
Sumber: Pengolahan Data Hasil Pengisian Kuesioner dengan SPSS, 2023

Berdasarkan gambar 2. dapat dilihat menunjukkan tidak adanya pola titik-titik yang jelas atau tidak beraturan. Sehingga bisa disimpulkan sebenarnya model regresi ini tidak mempunyai gejala Heteroskedastisitas, yang artinya tidak terdapat gangguan yang berarti dalam model regresi ini.

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	1,863	3,247	
1 Harga	,308	,151	,334
Kualitas Produk	,157	,146	,196
Kualitas Pelayanan	,352	,131	,362

Sumber: Pengolahan Data Hasil Pengisian Kuesioner dengan SPSS, 2023

Berdasarkan hasil analisis didapatkan rumusan model analisis linier berganda pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 1,863 + 0,308X_1 + 0,157X_2 + 0,352X_3$$

1. Nilai *constant* sebesar 1,863 menunjukkan bahwa nilai kepuasan konsumen akan sama dengan 1,863 jika nilai dari harga (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) sama dengan 0.
2. Koefisien harga (X1) sebesar 0,308 menunjukkan arah positif, sehingga kenaikan 1 (satu) variabel harga akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,308 dan sebaliknya juga setiap penurunan 1 (satu) variabel harga maka akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar 0,308 dengan asumsi variabel X2 dan X3 konstan atau tidak berubah.
3. Koefisien kualitas produk (X2) sebesar 0,157 menunjukkan arah positif, sehingga kenaikan 1 (satu) variabel kualitas produk akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,157 dan sebaliknya juga setiap penurunan 1 (satu) variabel kualitas produk maka akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar 0,157 dengan asumsi variabel X1 dan X3 konstan atau tidak berubah.
4. Koefisien kualitas pelayanan (X3) sebesar 0,352 menunjukkan arah positif, sehingga kenaikan 1 (satu) variabel kualitas pelayanan akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,352 dan sebaliknya juga setiap penurunan 1 (satu) variabel kualitas pelayanan maka akan menurunkan

kepuasan konsumen sebesar 0,352 dengan asumsi variabel X1 dan X2 konstan atau tidak berubah.

Pengujian Hipotesis

Berikut merupakan hasil dari pengujian hipotesis yakni uji t (uji parsial) sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Uji t (Uji Parsial)

	Model	t	Sig	Keterangan
	(Constant)	0,574	0,570	
1	Harga	2,036	0,049	Signifikansi
	Kualitas Produk	1,076	0,289	Tidak Signifikansi
	Kualitas Pelayanan	2,680	0,011	Signifikansi

Sumber: Pengolahan Data Hasil Pengisian Kuesioner dengan SPSS, 2023'

Untuk melakukan pengujian t (parsial) terhadap masing-masing variabel independen, maka diperlukan hasil t_{tabel} . Hasil t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% atau $\alpha = 0,05$ dengan derajat kebebasan $(n - k) = 40 - 3 = 38$, maka diperoleh t_{tabel} 2,02439. Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat Hasil uji t nilai signifikansi pengaruh harga (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah $0,049 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} $2,036 > t_{tabel}$ 2,02439 maka hipotesis pertama H1 diterima. Pada nilai signifikansi pengaruh kualitas produk (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) $0,289 > 0,05$ dan nilai t_{hitung} $1,076 < t_{tabel}$ 2,02439 maka hipotesis kedua H2 ditolak. Dan hasil uji t nilai signifikansi pengaruh kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan konsumen yaitu $0,011 < 0,05$ dan t_{hitung} $2,680 > t_{tabel}$ 2,02439, maka hipotesis ketiga H3 diterima.

Koefisien Determinasi (R2)

Tabel 6 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.79a	0,562	0,525	1,54301

Sumber: Pengolahan Data Hasil Pengisian Kuesioner dengan SPSS, 2023

Dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R2) yang diperoleh sebesar 0,562. Hal ini berarti 56,2% kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 43,8% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini misalnya, promosi, *word of mount*, lokasi, dan lain-lain.

PEMBAHASAN

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Yudi Las di Lumajang. Sesuai dengan hasil tersebut hal yang menjadikan variabel harga berpengaruh secara signifikan adalah Bengkel Yudi Las di Lumajang mampu memberikan harga sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Menurut Etzel, et.al dalam (Abubakar, 2018:39) harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibeli guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dalam penelitian ini variabel harga searah dengan teori tersebut karena apabila harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang dihasilkan maka akan berdampak positif terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dewi, 2022) dengan judul Pengaruh Harga Ms Glow terhadap Kepuasan Konsumen menyatakan bahwa harga berpengaruh secara positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen Ms Glow. Namun penelitian ini berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nafra Berliana et al., 2020) dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada JNE Cabang Corolet, Daerah Tangerang Selatan) bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas

pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Yudi Las di Lumajang. Bengkel Yudi Las di Lumajang memiliki kualitas produk yang nyaman digunakan dan harga yang terjangkau sehingga digemari konsumen. Sesuai dengan hasil riset tersebut hal yang menjadikan variabel kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Yudi Las. Hal ini dikarenakan kualitas produk pada Bengkel Yudi Las di Lumajang tidak menjadi salah satu faktor utama dalam kepuasan konsumen. Hasil ini bertentangan dengan teori dari (Assauri, 2015:211) menyatakan kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan suatu merek atau barang tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Izzuddin & Muhsin, 2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Sate Kelinci Mas Asep di Jember bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun penelitian ini berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmola et al., 2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo bahwa secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Yudi Las di Lumajang. Sesuai dengan hasil riset tersebut hal yang menjadikan variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan adalah Bengkel Yudi Las mampu memberikan respon pada konsumen yang mempunyai keluhan dan kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan menurut (Indrasari, 2019:62) menyimpulkan bahwa kualitas layanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Sedangkan menurut (Ratnasari & Aksa, 2011:107) kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan yang diterima atau diperoleh. Dalam penelitian ini variabel kualitas pelayanan searah dengan teori tersebut karena apabila karyawan respon pada konsumen yang mempunyai keluhan dan kebutuhan konsumen yang diberikan dengan baik maka akan berdampak positif terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Skawanti dan Suhendar 2022) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Raisha Butik Hotel Bogor menyatakan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen memiliki hubungan yang sangat signifikan pada Restoran Raisha Butik Hotel Bogor. Namun penelitian ini berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kristanto, 2018) Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di *Cafe One Eighteenth Coffee* yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan; kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan; serta kualitas layanan, kualitas produk, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang pengaruh harga, kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Yudi Las di Lumajang, maka dapat ditarik kesimpulan antara lain sebagai berikut:

- a. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Yudi Las di Lumajang. Dalam hal ini menunjukkan bahwa harga pada Bengkel Yudi Las di Lumajang mampu membuktikan bahwa kualitas produk dan pelayanan sesuai dengan manfaat yang diterima konsumen, sehingga mampu memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen di pada Bengkel Yudi Las di Lumajang.
- b. Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Yudi Las di Lumajang. Dalam hal tersebut kualitas produk yang ditawarkan oleh Bengkel Yudi Las tidak menjadi salah satu faktor utama dalam kepuasan konsumen. Sehingga tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Yudi Las di Lumajang.
- c. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Yudi Las di Lumajang. Dalam hal ini menunjukkan kualitas pelayanan pada Bengkel Yudi Las di Lumajang mampu memberikan kenyamanan dengan bersedia memenuhi kebutuhan dan ketepatan waktu untuk memenuhi harapan konsumen, sehingga mampu memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Yudi Las di Lumajang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen pemasaran : dasar, konsep & strategi* (1st ed.). PT. Raja Grafindo Persada.
- Dewi, C. P. (2022). Pengaruh Harga Ms Glow terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Kajian Ekonomi, Manajemen, & Akuntansi*, 3(2), 127–135. <https://jurnal.unda.ac.id/index.php/KEIZAI/article/view/301/249>
- Ermawati, E. (2019). Pendampingan Peranan Dan Fungsi Kemasan Produk Dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor. *Empowerment Society*, 2(2), 15–22. <https://ejournal.itbwigalumajang.ac.id/index.php/eps/article/view/459/272>
- Ermawati, E., Atoillah, M., Anggraeni, Y., & Istichomah. (2022). Identifikasi Desain Jaringan Manajemen Rantai Pasok Gula Merah di Kota Lumajang. *Progress Conference*, 5(1), 48–54. <https://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/433/365>
- Hidayati, F., Ermawati, E., & Irwanto, J. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gamis Brand Aulia Fashion (Studi Kasus Pada Warga Kec. Padang-Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 5(1), 63–70. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/644/499>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Konsumen*. Unitomo Press.
- Irdiana, S., & Hidayah, I. S. (2019). Kepuasan Pasien Rawat Inap Ditinjau dari Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas di Lumajang. *Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 9(1), 26–35. <https://ejournal.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/wiga/article/view/411/250>
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/3536/2651>
- Kristanto, J. O. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe One Eighteenth Coffee. *Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra*, 6(1). <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/6498/5914>
- Nafra Berliana, P., Suharyati, Handayani, T., Ekonomi dan Bisnis, F., & Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, U. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Jne Cabang Corolet, Daerah Tangerang Selatan). In

- PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar* (Vol. 1). <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/view/885/517>
- Nugraha, Y. C. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan (Studi Pada Konsumen Circle-K). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 3(1), 1–17. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/17449/15877>
- Nugroho, D. S., & Saryanti, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Bakso Dan Mie Ayam Pak Kumis Wonogiri. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 73–87. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/kelola/article/view/530>
- Rahmola, M., Juanna, A., & Abdussamad, Z. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS (JAMBURA)*, 5(1), 275–284. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/14903/4488>
- Ratnasari, R. T., & Aksa, M. H. (2011). *Teori Dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Ghalia Indonesia.
- Skawanti, J. R., & Suhendar, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Raisha Butik Hotel Bogor. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(1), 111–121. <http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/pariwisata/article/view/992/576>
- Susanto, H. (2020). Analisis Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Foto Copy Dwiyan Di Sampit). *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 15–34. https://drive.google.com/file/d/1633XzESdBqLenKJ_ZS5jUxkOh78dUiAw/view
- Yatminiwati, M., & Ermawati, E. (2021). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran. *Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi*, 14(2), 105–114. [http://repository.itbwigalumajang.ac.id/1699/1/Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran .pdf](http://repository.itbwigalumajang.ac.id/1699/1/Analisis%20SWOT%20dalam%20menentukan%20strategi%20pemasaran.pdf)