

**THE EFFECT OF PRICE AND SERVICE QUALITY ON SATISFACTION
AND THE JAYA INDEPENDENT BIRD FEED SHOP IN TANJUNGSARI
VILLAGE DISTRICT BOYOLANGU TULUNGAGGUNG CITY**

Tomy Candra Gus Setyawan¹, Tutut Suryaningsih, S.T, M.M²
Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung
Alamat e-mail. : candratomy458@gmail.com

ABSTRACT

Jaya Mandiri bird feed shop is one of the small trading shops that is able to survive with various trade competition at this time. Behind the competitiveness of trades in a self-sufficiently independent bird feed shop has values that underlie the satisfaction of consumers or buyers. But there was a decrease in sales of goods caused by declining prices. The purpose of this study is to determine whether there is an effect of price and quality of service on consumer satisfaction at the independent jaya bird feed shop, tanjungsari village, Boyolangu sub-district, Tulungagung Regency. This research is a quantitative research. The population in this study were all buyers at the jaya independent bird feed shop, amounting to 50 buyers. The research variables are price (X1), service quality (X2) and customer satisfaction (Y). Data collection techniques using a questionnaire to obtain data. The results of this study were obtained $Y = 0.706 + 0.394X_1 + 0.598X_2$. The results of data analysis in this study simultaneously showed $F_{count} (753.199) > F_{table} (3.18)$ and a significance level of $0.000 > 0.05$. Adjusted R Square determination test results of 0.970 or 97%. The results of this study can be used as input and consideration for bird feed shops so as to increase good and increased customer satisfaction.

Keywords: price, service quality, customer satisfaction

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO PAKAN BURUNG MANDIRI JAYA
DESA TANJUNGSARI KECAMATAN BOYOLANGU KABUPATEN
TULUNGAGUNG**

Tomy Candra Gus Setyawan¹, Tutut Suryaningsih, S.T, M.M²
Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung
Alamat e-mail. : candratomy458@gmail.com

ABSTRAK

Toko pakan burung mandiri jaya adalah salah satu toko dagang kecil yang mampu bertahan dengan berbagai persaingan perdagangann saat ini. Dibalik perdagangan yang mampu bersaing tentu di toko pakan burung mandiri jaya memiliki nilai-nilai yang mendasari kepuasan konsumen atau pembeli. Namun terjadi penurunan penjualan barang yang disebabkan harga yang semakin menurun. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di toko pakan burung mandiri jaya desa tanjungsari kecamatan boyolangu kabupaten tulungaggung. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli di toko pakan burung mandiri jaya yang berjumlah 50 orang pembeli. Variabel penelitian yaitu harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan kepuasan konsumen (Y). Teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket untuk memperoleh data. Hasil penelitian ini diperoleh $Y = 0,706 + 0,394X_1 + 0,598X_2$. Hasil analisis data dalam penelitian ini menunjukkan secara simultan $F_{hitung} (753.199) > F_{tabel} (3,18)$ dan tingkat signifikansi $0,000 > 0,05$. Hasil pengujian regresi determinasi Adjusted R Square sebesar 0,970 atau 97%. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi toko pakan burung sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang baik dan meningkat.

Kata Kunci : harga,kualitaspelayanan,kepuasan konsumen

PENDAHULUAN

Ada banyak beragam jenis usaha di bidang perdagangan yang ada pada saat ini salah satu diantaranya banyak usaha dagang itu adalah toko pakan burung. Semakin kesini dikawasan Tulungagung semakin banyak orang-orang yang Membuka usaha dagang toko kecil. Peneliti mengamati dari waktu ke waktu jenis usaha toko pakan burung ini semakin marak dberbagai penjuru Kabupaten Tulungagung baik dalam perkembangannya maupun dari segi penggiat usaha ini, karena peneliti melihat peluang dalam usaha pakan burung ini bisa disebut menjanjikan karena merupakan kebutuhan pokok bagi seluruh pecinta burung. Jenis usaha toko pakan burung ini bisa disebut tidak ada matinya karena akan terus ada inovasi baru didalamnya, usaha ini sangat menguntungkan serta menjanjikan dan dapat mempunyai masa kejayaan yang panjang jika memperhatikan harga dan kualitas pelayanan sehingga kepuasan konsumen menurut (Oroh, 2015) Kepuasan konsumen merupakan hal yang harus diutamakan oleh perusahaan demi keberlangsungan usahanya.

Menurut (Pundi & Marlius, 2017) Mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya, kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan/pengunjung.

Sebagai toko yang mampu bertahan dengan berbagai persaingan dagang yang ada saat ini tentu toko pakan burung andiri jaya memiliki nilai-nilai yang mendasari toko tersebut . Dimana harga selalu dijsadikan patokan dalam penjualan. Harga dan kualitas pelayanan ini menjadi bagian yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen karena kalau harga terjangkau dan kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan keinginan pembeli dalam sebuah toko atau perdagangan akan sangat mendukung kepuasan konsumen di toko pakan burung mandiri jaya.

Jadi Unsur – unsur penting kualitas pelayanan dan harga adalah patokan paling penting dalam kemampuan berwirausaha sebagai contoh usaha toko kecil pakan burung,karena guna meningkatkan kualitas yang bagus dan harga yang terjangkau sehingga jika harga dan kualitas pelayanan itu bagus akan bisa menghasilkan keuntungan besar dan bisa membuat toko tersebut bisa berkembang pesat.

Kajian pustaka

HARGA

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Oroh, 2015). Harga digunakan sebagai suatu nilai tukar yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa yang mempunyai nilai guna beserta pelayanannya (Veronica, 2019).menurut (Pradipta, 2015) menyatakan bahwa ada 4 (empat) dimensi

yang mencirikan harga yaitu: a.) Keterjangkauan harga, b.) Kesesuaian harga c.) Daya saing harga d.) Kesesuaian harga.

PERANAN HARGA

Peranan dari harga sangat penting baik itu untuk konsumen ataupun perusahaan, dimana konsumen dapat membandingkan harga produk atas suatu merek dengan merek lainnya, disamping itu juga harga bisa menunjukkan kualitas merek dari suatu produk, dimana konsumen mempunyai anggapan bahwa harga yang mahal biasanya mempunyai kualitas yang baik (Pradipta, 2015).

KUALITAS PELAYANAN

Menurut Pundi & Marlius (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan. Menurut (Arianty & N, 2015) faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan ada 7 dimensi yaitu : a.) Kinerja (*performance*) b.) Keragaman produk (*features*) c.) Keandalan (*reliability*) d.) Kesesuaian (*conformance*) e.) Ketahanan atau daya tahan (*durability*) f.) Kemampuan pelayanan (*service ability*) g.) Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*). Sedangkan menurut Masie (2015) kualitas pelayanan adalah perbandingan antara harapan pelanggan terhadap perusahaan dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginannya dengan persepsi pelanggan terhadap kinerja layanan yang diterimanya seperti ketepatan dan cara penyampaiannya.

KEPUASAN KONSUMEN

Menurut Susepti (2017) Kepuasan adalah proses kumulatif mewakili penilaian secara keseluruhan berdasarkan pada keseluruhan transaksi membeli dan mengkonsumsi produk pada suatu waktu, Semua definisi kepuasan konsumen berbagi beberapa komponen mendasar yaitu adanya satu tujuan atau kebutuhan yang konsumen inginkan untuk tercapai serta harapan konsumen dibandingkan dengan standar acuan. Sedangkan menurut Irianti (2016) Kepuasan konsumen dianggap sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Menurut Irianti (2016) menyatakan bahwa ada empat faktor pendorong kepuasan konsumen yaitu : a.) Kualitas produk b.) Harga c.) Kualitas jasa d.) Emotional factor.

TAHAP-TAHAP PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN

Menurut (Taufik, 2017) Perusahaan yang cerdas akan melibatkan diri mereka ke upaya memahami keseluruhan pengalaman belajar konsumen tentang produk, membuat pilihan merek, menggunakan produk, bahkan membuangnya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif, Adapun pengertian dari penelitian deskriptif adalah penelitian yang hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Metode ini bertujuan menjelaskan atau melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi secara factual dan cermat (Abidin, 2015). Penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh Sehingga semua populasi digunakan sebagai sampel yaitu sejumlah 50 pembeli di Toko pakan burung mandiri jaya Teknik pengumpulan data yaitu dengan menggunakan kuesioner (angket) dalam bentuk butir pernyataan berdasarkan teori yang ada. Uji statistik yang digunakan dalam menganalisis hipotesis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Pengujian Validitas

Uji validitas penelitian ini menggunakan bantuan program *SPSS (Statistics Version 23)* untuk mengukur tingkat kevalidan angket harga dan kualitas pelayan terhadap kepuasan konsumen dengan melakukan uji coba terhadap 50 responden. Dalam penelitian ini perhitungan validitas soal angket, dengan *SPSS* yang hasilnya adalah sebagai berikut :

Tabel 1 Uji Validitas kepuasan konsumen

No Soal	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Nilai Sig (2-tailed)	Nilai α	Keterangan
1	0,890	0,279	0,000	0,05	Valid
2	0,703	0,279	0,000	0,05	Valid
3	0,820	0,279	0,000	0,05	Valid
4	0,729	0,279	0,000	0,05	Valid
5	0,761	0,279	0,000	0,05	Valid
6	0,755	0,279	0,000	0,05	Valid
7	0,794	0,279	0,000	0,05	Valid
8	0,816	0,279	0,000	0,05	Valid
9	0,843	0,279	0,000	0,05	Valid
10	0,724	0,279	0,004	0,05	Valid
11	0,800	0,279	0,000	0,05	Valid
12	0,845	0,279	0,000	0,05	Valid
13	0,809	0,279	0,000	0,05	Valid
14	0,872	0,279	0,000	0,05	Valid

15	0,905	0,279	0,000	0,05	Valid
16	0,868	0,279	0,000	0,05	Valid
17	0,755	0,279	0,000	0,05	Valid
18	0,837	0,279	0,000	0,05	Valid
19	0,870	0,279	0,000	0,05	Valid
20	0,888	0,279	0,000	0,05	Valid

Dari tabel diatas terlihat bahwa semua butir soal angket kepuasan konsumen dari nomer 1 sampai dengan nomer 20 valid. Karena semua soal pada tabel diatas mempunyai r hitung $>$ r tabel = 0,279 dan semua soal pada tabel diatas mempunyai nilai signifikansi $<$ $\alpha = 0,05$.

Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item soal dinyatakan valid dan dapat dikatakan seagai instrument angket untuk mencari data kepuasan konsumen.

Tabel 2 Uji Validitas Pencapaian harga

No Soal	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Nilai Sig (2- tailed)	Nilai α	Keterangan
1	0,919	0,279	0,000	0,05	Valid
2	0,782	0,279	0,000	0,05	Valid
3	0,763	0,279	0,000	0,05	Valid
4	0,825	0,279	0,000	0,05	Valid
5	0,726	0,279	0,000	0,05	Valid
6	0,743	0,279	0,000	0,05	Valid
7	0,784	0,279	0,000	0,05	Valid
8	0,824	0,279	0,000	0,05	Valid
9	0,841	0,279	0,000	0,05	Valid
10	0,785	0,279	0,000	0,05	Valid
11	0,804	0,279	0,000	0,05	Valid
12	0,819	0,279	0,000	0,05	Valid
13	0,812	0,279	0,000	0,05	Valid
14	0,881	0,279	0,000	0,05	Valid
15	0,846	0,279	0,000	0,05	Valid
16	0,855	0,279	0,000	0,05	Valid
17	0,772	0,279	0,000	0,05	Valid
18	0,831	0,279	0,000	0,05	Valid
19	0,844	0,279	0,000	0,05	Valid
20	0,881	0,279	0,000	0,05	Valid

Dari tabel diatas terlihat bahwa semua butir soal angket harga dari nomer 1 sampai dengan nomer 20 valid. Karena semua soal pada tabel diatas mempunyai r hitung $>$ r tabel = 0,279 dan semua soal pada tabel diatas mempunyai nilai signifikansi $<$ $\alpha = 0,05$.

Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item soal dinyatakan valid dan dapat dikatakan seagai instrument angket untuk mencari data harga.

Tabel 3 Uji Validitas kualitas pelayanan

No Soal	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Nilai Sig (2-tailed)	Nilai α	Keterangan
1	0,854	0,279	0,000	0,05	Valid
2	0,726	0,279	0,000	0,05	Valid
3	0,802	0,279	0,000	0,05	Valid
4	0,821	0,279	0,000	0,05	Valid
5	0,797	0,279	0,000	0,05	Valid
6	0,748	0,279	0,000	0,05	Valid
7	0,780	0,279	0,000	0,05	Valid
8	0,681	0,279	0,000	0,05	Valid
9	0,753	0,279	0,000	0,05	Valid
10	0,759	0,279	0,000	0,05	Valid
11	0,787	0,279	0,000	0,05	Valid
12	0,842	0,279	0,000	0,05	Valid
13	0,773	0,279	0,000	0,05	Valid
14	0,887	0,279	0,000	0,05	Valid
15	0,880	0,279	0,000	0,05	Valid
16	0,866	0,279	0,000	0,05	Valid
17	0,778	0,279	0,000	0,05	Valid
18	0,835	0,279	0,000	0,05	Valid
19	0,885	0,279	0,000	0,05	Valid
20	0,857	0,279	0,000	0,05	Valid

Dari tabel diatas terlihat bahwa semua butir soal angket kualitas pelayanan dari nomer 1 sampai dengan nomer 20 valid. Karena semua soal pada tabel diatas mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel} = 0,279$ dan semua soal pada tabel diatas mempunyai nilai signifikansi $< \alpha = 0,05$.

Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item soal dinyatakan valid dan dapat dikatakan seagai instrument angket untuk mencari data

2. Pengujian Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbarch' s Alpha	Koefisien Reliabilitas	Keteranga n	Kesimpula n
Kepuasan konsumen	0,987	0,279	0,87 > 0,361	Reliabel

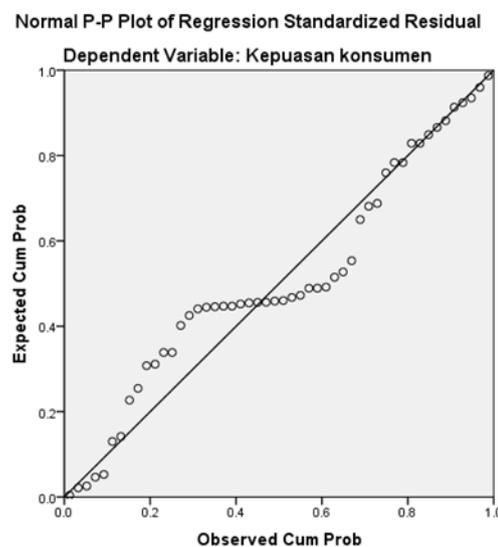
Harga	0,990	0,279	0,990 > 0,361	Reliabel
Kualitas pelayanan	0,988	0,279	0,988 > 0,361	Reliabel

Dari perhitungan reliabilitas dengan bantuan SPSS pada item soal angket kemampuan kerja dapat dilihat dari $r_{hitung} > r_{tabel}$. Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item soal dinyatakan reliabel dengan tingkat hubungan yang kuat dan dapat digunakan sebagai instrumen untuk mencari data dalam penelitian.

b. Uji Asumsi Klasik

1). Uji normalitas

Ghozali (2016) mengemukakan uji normalitas bertujuan untuk menguji distribusi normal atau tidaknya sebuah model regresi, yakni residu dari variabel dependen, variabel independen atau keduanya. Model regresi yang baik adalah distribusi normal, untuk mengetahuinya dapat dilihat dengan menggunakan Normal P-Plot dan One Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Pada pengamatan dengan Normal P-Plot, jika data penelitian bersebaran di sekitar garis diagonal, maka dapat diasumsikan model regresi tersebut berdistribusi normal dan lolos uji normalitas. Pada pengamatan dengan One Sample Kolmogorov-Smirnov Test.



- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2). Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Menurut Ghozali (2016) uji linieritas adalah pengujian bertujuan untuk mengetahui apakah data yang kita miliki sesuai dengan garis linier atau tidak (apakah hubungan antara variabel yang hendak dianalisis mengikuti garis lurus atau tidak). Dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan menggunakan tabel ANOVA.

Tabel 6 Hasil Uji Linieritas X1 terhadap Y
ANOVA Table

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)	9433.505	23	410.152	66.370	.000
Between Groups	9128.794	1	9128.794	1477.197	.000
Linearity	304.711	22	13.851	2.241	.025
Deviation from Linearity	160.675	26	6.180		
Within Groups	9594.180	49			
Total					

Dari tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai *Sig.* Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel harga terhadap kepuasan konsumen terdapat hubungan yang linier, dengan ini maka asumsi linearitas terpenuhi.

3. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi

Uji yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi adalah uji Durbin-Watson (DW test) hasilnya adalah sebagai berikut :

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.985 ^a	.970	.968	2.485	1.683

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, harga

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber data : (Hasil Olahan Peneliti, 2020)

Nilai Durbin Watson sebesar 1.683, nilai ini akan kita bandingkan dengan nilai tabel dengan nilai dignifikansi 5%, jumlah sampel 52 (n) dan jumlah variabel independen 2 (k=2), maka di tabel Durbin Watson akan di dapatkan nilai 1.628.

Oleh karena nilai Durbin Watson 1.683 lebih besar dari batas (du) 1.628 dan kurang dari $2 - 1.628$ ($2 - du$), maka dapat disimpulkan bahwa kita tidak bisa menolak H_0 yang menyatakan bahwa tidak ada autokorelasi positif atau negatif atau dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi

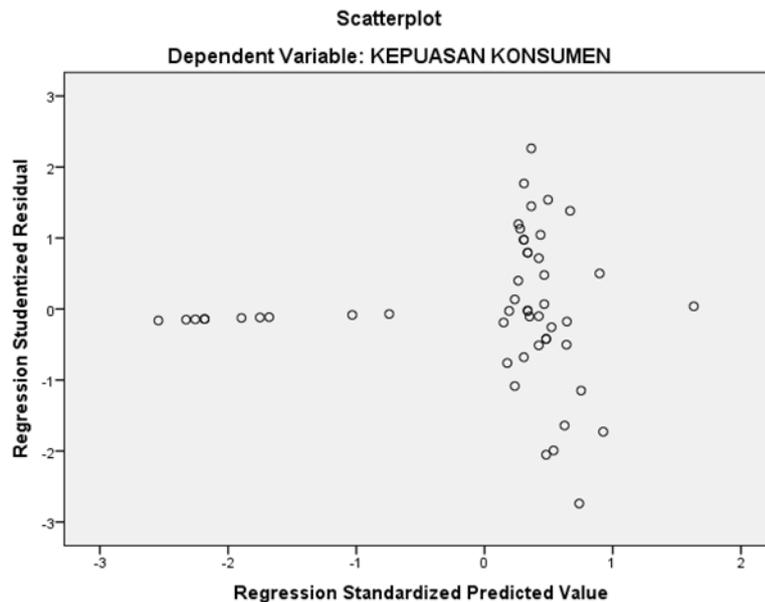
Tabel 7 Hasil Uji Linieritas X2 terhadap Y
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan konsumen * kualitas pelayanan	Between Groups	(Combined)	9466.632	20	473.332	107.620	,000
		Linearity	9227.510	1	9227.510	2098.023	,000
		Deviation from Linearity	239.122	19	12.585	2.861	,005
	Within Groups		127.548	29	4.398		
Total			9594.180	49			

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai *Sig.* Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terdapat hubungan yang linear, dengan ini maka asumsi linearitas terpenuhi.

4. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas. heteroskedastisitas yang ditunjukkan melalui grafik berikut:



Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan lolos uji heteroskedastisitas.

c. Analisis regresi linier berganda

Untuk mengetahui pengaruh harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 23 for Windows.

Tabel 8 Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	706	2,008		352	727
	Harga	394	112	,394	3.517	001
	Kualitas pelayanan	598	112	,597	5.325	000

Dari hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat dari tabel coefficients, diperoleh persamaan $\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$ yaitu $Y = 0,706 + 0,394X_1 + 0,598X_2$ yang penjelasannya sebagai berikut :

1. Merupakan konstanta yang besarnya 0,706 menyatakan bahwa jika variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) masing-masing sebesar 0 (nol), maka nilai variabel dependent kepuasan konsumen (Y) 0,706.

2. b_1 Merupakan koefisien regresi dari harga (X_1) koefisien regresi sebesar 0,394 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel harga (X_1) dengan asumsi variabel kualitas pelayanan (X_2) dianggap konstan/tetap maka hal ini akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) naik sebesar 0,394.
3. b_2 Merupakan koefisiensi regresi dari kualitas pelayanan (X_2) koefisien regresi sebesar 0,598 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel kualitas pelayanan (X_2) dianggap konstan/tetap maka hal ini akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,598.

Tabel 9 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.985 ^a	.970	.968	2.485

Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA
b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Berdasarkan pada tabel 9 diatas dapat diketahui bahwa koefisien korelasi adalah sebesar 0,985, dan determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,968 atau 96,8%. Hal ini menunjukkan bahwa 96,8% perubahan variabel (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel (X_1) dan variabel (X_2). Sedangkan sisanya sebesar 3,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel X_1 dan X_2 yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

d. Uji Hipotesis

Uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk menguji tingkat signifikansi masing-masing koefisien variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat.

1. Uji t

Dalam penelitian ini menggunakan perbandingan t hitung dengan t tabel. pada taraf signifikan 5% dan n sebesar 48 diperoleh t tabel sebesar 2,010.secara parsial sebagai berikut :

a. Uji t

Tabel 10 Hasil uji t

Coefficients ^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	706	2,008		352	727
Harga	394	112	,394	3.517	001
Kualitas pelayanan	598	112	,597	5.325	000

Berdasarkan hasil analisis data diatas Pengaruh harga dan kualitas pelayanan Terhadap kepuasan konsumen di toko pakan burung mandiri jaya desa Tanjungsari kec.boyolangu kab. Tulungagung, nilai $t_{hitung}(3,517) > t_{tabel}(0,2010)$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga berdasarkan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen di toko pakan burung mandiri jaya.

Sedangkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pembeli menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung}(5,325) > t_{tabel}(0,2010)$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga berdasarkan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di toko pakan burung mandiri jaya

2. Uji f

Dalam penelitian ini menggunakan perbandingan F_{hitung} dan F_{tabel} . pada taraf signifikan 5% dan N sebesar 48 diperoleh F_{tabel} sebesar 3,19

Tabel 4.11 Hasil uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9303.896	2	4651.948	753.199	.000 ^b
	Residual	290.284	47	6.176		
	Total	9594.180	49			

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, harga

Tabel diatas menunjukkan $F_{hitung}(753.199) > F_{tabel}(3,19)$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari analisis tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan

harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di toko pakan burung mandiri jaya Ds.Tanjungsari kec. Boyolangu kab. tulungagung

C. Pembahasan

a. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil analisis data dengan *SPSS versi 21 for windows* diperoleh hasil ada pengaruh positif dan signifikan antara harga dan kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan jika semakin tinggi pengaruh harga maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Sebaliknya Semakin rendah pengaruh harga maka semakin rendah tingkat kepuasan konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen di toko pakan burung mandiri jaya.

b. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil analisis data dengan *SPSS versi 21 for Windows* diperoleh hasil ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan jika semakin tinggi pengaruh kualitas pelayanan maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Sebaliknya Semakin rendah pengaruh kualitas pelayanan maka akan semakin rendah tingkat kepuasan konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen di toko pakan burung mandiri jaya.

c. Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil analisis data dengan *SPSS versi 21 for Windows* diperoleh hasil ada pengaruh positif dan signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan jika semakin tinggi pengaruh harga dan kualitas pelayanan maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Sebaliknya Semakin rendah pengaruh harga dan kualitas pelayanan maka akan semakin rendah kepuasan konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen di toko pakan burung mandiri jaya.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis data dengan *SPSS 23 for windows*, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara harga (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) di toko pakan burung mandiri jaya desa tanjungsari kec. Boyolangu kab. tulungagung tahun 2019. Hal ini terbukti bahwa nilai $t_{hitung}(3,517) > t_{tabel}(0,2010)$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Sehingga berdasarkan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen di toko pakan burung mandiri jaya Secara parsial

2. terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) di toko pakan burung mandiri jaya desa tanjungsari kec. Boyolangu kab. tulungagung tahun 2019. Hal ini terbukti dari nilai $t_{hitung} (5,325) > t_{tabel} (0,2010)$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga berdasarkan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di toko pakan burung mandiri jaya.
3. Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini terbukti dari $F_{hitung} (753.199) > F_{tabel} (3,19)$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari analisis tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di toko pakan burung mandiri jaya Ds.Tanjungsari kec. Boyolangu kab. tulungagung .

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2015). *EFEKTIFITAS IKLAN POLITIK DI TELEVISI (Studi Deskriptif Kuantitatif Efektifitas Iklan Politik Aburizal Bakrie Versi Motivasi Anak Indonesia Pada Pemilih Pemula di Surabaya)* Anisatus. 7(2).
- Arianty, & N. (2015). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HANDPHONE SAMSUNG*. 16(02).
- Irianti, E. (2016). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA DEPOT MIE PANGSIT JEMBER* Emik. 2(1).
- Masie, I. S. J. D. D. (2015). *KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT AIR MANADO THE EFFECTS OF SERVICE QUALITY MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION AND TRUST TOWARD CUSTOMER LOYALTY IN PT AIR MANADO sejak tahun 2007 telah berganti pemegang saham dan berubah nama menja*. 3(3).
- Oroh, S. G. (2015). *Analisis harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel manado grace inn*. 3(1).
- Pradipta, K. (2015). *pengaruh harga dan store atmosphere terhadap minat beli konsumen pasar tradisional caringin bandung*.
- Pundi, J., & Marlius, D. (2017). *Loyalitas nasabah bank nagari syariah cabang bukittinggi dilihat dari kualitas pelayanan*. 01(03), 237–250.
- Susepti, A. (2017). *KEPUASAN DAN LOYALITAS TAMU HOTEL (Studi tentang Persepsi Tamu Hotel Mahkota Plengkung Kabupaten Banyuwangi)*. 50(5).
- Taufik, M. (2017). *ANALISA KEPUTUSAN KONSUMEN WARUNG ANGKRINGAN YANG DIPENGARUHI LOKASI, FASILITAS & KUALITAS PELAYANAN*. *Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, (43), 59–75.
- Veronica, F. (2019). *PENGARUH HARGA, IKLAN, KUALITAS PELAYANAN DAN ATMOSFER TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Gallery Ms.Hu Palembang)*.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: Alfabeta
Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*
(Edisi 8). *Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.