

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA USAHA KERUPUK RAMBAK KECAMATAN KETAHUN BENGKULU UTARA

Dicky Setiawan⁽¹⁾, Khairul Bahrun⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾Universitas Muhammadiyah Bengkulu

dickysetiawan1357@gmail.com

This study aims to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction in the Rambak cracker business, Ketahun District, North Bengkulu. This research uses quantitative research methods. The population in this study is Kerupuk Rambak Customers, Ketahun District, North Bengkulu, with the sampling method using the Purposive Sampling method in carrying out the research, respondents obtained randomly, amounting to 70 people. In this study using data collection methods by means of observation and distributing questionnaires or questionnaires. The data that has been collected is then processed using instrument tests, Respondents Response Analysis, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, Coefficient of Determination (R^2) and also Test Hypothesis t and hypothesis f. Based on the results of Multiple Linear Regression Analysis obtained the formulation $Y = 2.098 + 0.464 (X_1) + 1.061 (X_2)$, the coefficient of determinant $R^2 = 0.772$ or 77.2% while the remaining 0.228 or 22.8% is influenced by other variables that are not included in the model this research. The results of the tests that have been carried out can be seen that the Service Quality variable (X_1) shows a tcount of 5.341 > t table 1.667 with a significant level of $0.000 < 0.050$, and the Price variable (X_2) shows a tcount of 7.595 > t table 1.667 with a significant level of $0.000 < 0.050$. The results of the F test show a significance value of F, which is 0.000 less than 0.050 and Fcount greater than Ftable, $117.587 > 3.133$. From the results of data management, it can be concluded that service quality and price partially or simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, and Price, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Setiap menjalankan usaha atau bisnis, suatu usaha pasti diharapkan oleh pesaing. Pesaing didefinisikan sebagai perusahaan yang memenuhi kebutuhan pelanggan yang sama (Kotler & Keller, 2010) Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam menjalankan suatu usaha itu sangat perlu untuk memberikan suatu penampilan yang kreatif, menarik dan inovatif guna untuk mendapatkan pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi pemilik usaha untuk mengetahui apa yang diinginkan pelanggan. Selain mengetahui apa yang diinginkan oleh pelanggan, pemilik usaha harus memiliki keunggulan yang kompetitif guna menghadapi para pesaing-pesaingnya.

Suatu usaha juga harus mempertimbangkan suatu nilai pelanggan. Konsep nilai pelanggan menyatakan bahwa nilai pelanggan merupakan preferensi dari apa yang dirasakan pelanggan, evaluasinya dapat dilihat dari atribut produk, apa yang timbul setelah mengkonsumsi produk yang pada akhirnya pelanggan merasakan nilai dari suatu produk tersebut. Kemampuan suatu usaha apapun untuk memberikan nilai yang terbaik adalah penting untuk persepsi pelanggan terhadap kualitas yang mereka tawarkan (Ting and Thurasamy, 2016). Dalam bisnis makanan dan minuman, sangat penting untuk mengetahui persepsi

pelanggan agar dapat tampil dengan desain operasi yang efektif untuk mendapatkan kepuasan pelanggan.

Kerupuk sudah sejak lama menjadi pelengkap kala bersantap. Terlebih, makanan ringan ini murah-meriah. Wajar, kalau camilan dengan ragam bentuk dan rasa tersebut tak pernah absen di hampir semua jenis kuliner nusantara. Kerupuk di Indonesia juga bukanlah makanan yang langka. Hampir setiap restoran hingga warung makan menyediakan setidaknya satu jenis yang paling terkenal, yakni kerupuk putih kampung berbentuk bulat layaknya jaring. Rasanya yang didominasi asin nan gurih, membuat kerupuk selalu cocok dijadikan pendamping aneka makanan. Apalagi tekstur renyahnya menambah sensasi tersendiri.

Krupuk adalah makanan ringan yang dibuat dari adonan tepung tapioka dicampur bahan perasa seperti udang dan ikan. Sebutan kerupuk di beberapa Negara antara lain krupuk/kerupuk/kropoek di Indonesia, keropok di Malaysia, Kropek di Filipina, bánh phồng tôm di Vietnam merupakan makanan ringan (snack) di beberapa negara Asia (Dedes Amertaningtya, 2010). Kerupuk bertekstur garing dan dijadikan sebagai makanan selingan, pelengkap untuk berbagai makanan Indonesia seperti nasi goreng, gado-gado, soto, rawon, bubur ayam dan lain lain dan bahkan orang menganggap kerupuk sebagai lauk sehari-hari. Kerupuk biasanya dijual dalam kemasan yang belum digoreng (kerupuk mentah) atau dalam kemasan yang sudah digoreng (kerupuk matang).

Menurut Aditya (2011) Kualitas jasa atau pelayanan merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik. Usaha kuliner harus memberikan kualitas pelayanan yang baik, menurut Parasuraman et al. (1998). mengungkapkan ada 22 faktor penentu service quality yang dirangkum ke dalam lima faktor dominan atau lebih dikenal dengan istilah SERVQUAL, yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible.. Karena dari kualitas pelayanan yang diberikan akan menimbulkan kenyamanan bagi pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, pemilik usaha juga memperhatikan harga dari usaha tersebut. Harga adalah hal yang sangat penting dalam pembelian baik barang dan jasa. Menurut Basu Swastha, (2010), harga merupakan sejumlah uang ditambah beberapa barang beserta pelayanannya. Harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bila mana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Dalam penentuan nilai suatu barang dan jasa, konsumen membandingkan kemampuan suatu barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhannya dengan kemampuan suatu barang dan jasa substitusi. Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat.

Kemudian ada juga dari segi kepuasan pelanggan Menurut Philip Kotler (2002) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Tapi, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang. Jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan, pelanggan tersebut akan merasa dikecewakan, jika kinerja memenuhi harapan pelanggan, pelanggan akan merasa puas, sedangkan jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas. Kepuasan ini tentu akan dapat dirasakan setelah pelanggan yang bersangkutan mengkonsumsi produk tersebut.

Setelah melakukan studi pendahuluan pada usaha kerupuk Rambak di kecamatan Ketahun Bengkulu Utara dengan beberapa pelanggan terdapat beberapa masalah, dari segi kualitas pelayanan masih ada pelanggan yang merasa belum puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan pemilik usaha kurang maksimal, karena pemilik usaha memiliki kesibukan lain yang terkadang membuatnya harus meninggalkan usahanya. dan harga yang relatif murah tetapi adanya pengurangan di setiap kemasan yang disebabkan bahan baku pokok pembuatan mengalami kenaikan harga.

Berdasarkan fenomena tersebut menandakan adanya pergeseran perilaku pelanggan dan tidak dapat dipungkiri, banyak pelanggan menjadikan kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor utama dalam memberikan rasa puas bagi konsumen atau dengan kata lain, mereka menjadikan kualitas pelayanan dan harga sebagai media untuk menimbulkan kepuasan terhadap pelanggan.

METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang membeli Kerupuk Rambak yang terletak di Desa Giri Kencana Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara. Sampel yang dipakai harus dapat mewakili dan mencerminkan populasi yang ada. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018). Sampel yang diambil pada penelitian ini karakteristik pelanggan yang pernah membeli atau berbelanja, yang jumlah populasinya tidak diketahui maka penentu sampel menggunakan teori size menurut Hair, et.al. (2010) yang menyatakan bahwa jumlah ideal dalam penarikan sampel adalah 5-10 dikalikan jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. jumlah indikator dalam penelitian adalah 14 indikator. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 70 responden yang telah dianggap telah memenuhi syarat.

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah observasi yaitu pengamatan langsung ke penelitian sehingga diperoleh data-data yang diperlukan. Dalam hal ini dengan mendatangi di tempat usaha Kerupuk Rambak. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Indikator-indikator diatas diukur dengan skala penilaian *likert*.

Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda yaitu alat statistik yang dipergunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dan terikat. variabel yang sering mempengaruhi disebut variabel bebas atau variabel independen, sedangkan variabel yang dipengaruhi disebut variabel terikat atau variabel dependen (Ghozali, 2018). Selain itu analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

HASIL PENELITIAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yang akan dibahas dalam penelitian ini sehingga penulis bisa menggambarkan mengenai tanggapan responden Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Pelanggan Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara Berdasarkan estimasi regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS Versi 24,0 For Windows, maka diperoleh tabel dibawah ini :

Tabel 1.
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.098 | 1.383 | | 1.517 | .134 |
| | Kualitas Pelayanan | .464 | .087 | .401 | 5.341 | .000 |
| | Harga | 1.061 | .140 | .570 | 7.595 | .000 |

a. Dependent Variabel : Kepuasan Pelanggan

Sumber: Output SPSS 24,0 yang diolah 2022

Dari perhitungan hasil diatas didapatkan persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 2.098 + 0.464 (X_1) + 1.061 (X_2)$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta 2.098 mempunyai arti bahwa apabila variabel kualitas pelayanan (X_1), harga(X_2), terhadap kepuasan pelanggan (Y) sama dengan nol, maka variabel kepuasan pelanggan akan tetap yaitu 2.098 apabila variabel kualitas pelayanan (X_1), harga(X_2), sama dengan nol.
2. Koefisien Regresi X_1 , sebesar 0.464 mempunyai makna jika nilai variabel kualitas pelayanan (X_1) naik satu satuan maka nilai kepuasan pelanggan (Y) akan naik sebesar 0.464 dengan asumsi variabel harga (X_2) dianggap tetap.
3. Koefisien Regresi X_2 , sebesar 1.061 mempunyai makna jika nilai variabel harga(X_2) naik satu satuan maka nilai variabel kepuasan pelanggan (Y) akan naik sebesar 1.061 dengan asumsi variabel kualitas pelayanan (X_1)dianggap tetap.
4. Hasil penelitian dalam penelitian yang paling dominan mempengaruhi variable kepuasan pelanggan (Y) adalah Variabel harga(X_2) adalah sebesar 1.061 dan variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0.464.

Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui besarnya presentase sumbangan pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan (X_1), dan harga (X_2) terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan (Y) maka dari perhitungan komputer menggunakan SPSS 24,0 didapatkan uji koefisien determinasi dapat dilihat pada table sebagai berikut:

Tabel 2.
Nilai Koefisien Determinasi (R^2)

| Model Summary^b | | | | |
|---|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,882 ^a | ,778 | ,772 | 1,341 |
| a. Predictors: (Constant), harga,kualitas pelayanan | | | | |
| b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan | | | | |

Sumber: Output SPSS 24,0 yang diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai koefisien determinasi Adjusted (R^2) diperoleh nilai sebesar 0.772 Nilai ini mempunyai arti bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap variabel kepuasan pelanggan memberikan sumbangan sebesar 0.772 atau 77.2% terhadap kepuasan pelanggan pada Pelanggan Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara sedangkan sisanya sebesar 0.228 atau 22.8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini.

Uji Hipotesis

Hasil Pengujian dengan Uji t

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat digunakan uji t sebagai berikut :

Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka perbandingan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} ($n-k$) = $70-3 = 67$ (1.667) setiap yaitu:

1. Kualitas Pelayanan yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.341 > 1.667$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,000 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara.
2. Berdasarkan uji t_{hitung} untuk variabel harga (X_2) yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7.595 > 1.667$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,000 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan hargaterhadap kepuasan pelanggan Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara.
3. Dari hasil penelitian variable yang dominan adalah Variabel harga (X_2) sebesar 7.595, dan variable kualitas pelayanan (X_1) sebesar 5.341.

Pengujian Hipotesis Dengan Uji

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat digunakan uji F sebagai berikut :

Tabel 3.
Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 422.669 | 2 | 211.335 | 117.587 | .000 ^b |
| | Residual | 120.416 | 67 | 1.797 | | |
| | Total | 543.086 | 69 | | | |

Sumber: Output SPSS 24,0 yang diolah 2022

Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka perbandingan antara f_{hitung} dengan f_{tabel} setiap variabel sebagai berikut :

$$df_1 = (k-1 = 2) \quad df_2 = (n-k = 70-3 = 67) = f_{tabel} (3.133)$$

Berdasarkan tabel uji hipotesis dengan uji F diatas diperoleh F_{hitung} sebesar 117.587 dengan nilai F_{tabel} sebesar 3.133 yaitu ($117.587 > 3.133$) dan ($\text{sig } a = 0.000 < 0,050$), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima artinya secara simultan variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data mentah yang dilakukan pada pelanggan Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara, melalui penyebaran kuesioner terhadap 70 orang responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara.

Dilihat dari responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 28 orang responden kemudian jumlah responden perempuan sebanyak 42 orang responden Hal ini menunjukkan yang paling dominan adalah berjenis kelamin perempuan yang melakukan pembelian Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara, dengan umur rata-rata 31 – 50 tahun. Dilihat dari pekerjaan banyaknya pelanggan yang melakukan pembelian Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara yaitu wirausaha. Hal di karenakan mayoritas pekerjaan masyarakat ketahun adalah wirausaha.

Dari hasil tanggapan responden mengenai variabel Kepuasan Pelanggan termasuk dalam kategori yang baik. Hal ini disebabkan dengan adanya kualitas citra rasa yang khas yang diberikan oleh usaha Kerupuk Rambak membuat pelanggan puas dan merekomendasikan Kerupuk Rambak kepada orang lain, Namun dari semua hal yang telah diuraikan diatas masih ada beberapa produk Kerupuk Rambak yang kualitasnya tidak merata seperti kemasan yang rusak sehingga mengubah rasa dari Kerupuk Rambak yang ditawarkan. Hasil analisis tanggapan responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan bahwa hasil rata-rata pada kategori baik. hal ini berarti dengan pelayanan yang baik akan membuat pelanggan menjadi puas, dengan pelayanan yang ramah dan memberikan jaminan apabila terjadi kerusakan pada kerupuk rambak menjadi kepuasan tersendiri bagi pelanggan, Namun dari semua hal yang telah diuraikan diatas masih ada hari-hari tertentu yang memiliki pesanan yang cukup banyak sehingga respon pelayanan menjadi lambat dan Hasil analisis tanggapan responden terhadap Variabel Harga menunjukkan bahwa hasil rata-rata pada kategori baik. hal ini berarti dengan memberikan harga yang terjangkau sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan dan adanya potongan harga apabila pembelian dengan jumlah banyak menjadi kepuasan tersendiri oleh pelanggan, Namun dari semua hal yang telah diuraikan diatas masih

adabeberapa pelanggan yang masih baru tidak mendapatkan potongan harga,karena penjual kerupuk rambak mengutamakan pelanggan tetap.

Adapun hasil dari pengujian hipotesis secara parsial (uji t) dan uji hipotesis secara simultan (uji f) akan dijabarkan sebagai berikut:

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara. Jika kualitas pelayanan semakin ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Hal ini berarti dengan pelayanan yang sigap dan memberikan jaminan apabila terjadi kerusakan pada kerupuk rambak menjadi kepuasan tersendiri bagi pelanggan,

Hasil ini didukung teori dari Menurut Kotler dan Keller (2016), Kualitas Layanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Menurut Aditya, (2011) Kualitas jasa atau pelayanan merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik. Usaha kuliner harus memberikan kualitas pelayanan yang baik. Menurut Prasetyo dan Miftahul (2012:45), kualitas pelayanan adalah hasil persepsi di benak pelanggan setelah mereka membandingkan antara persepsi kualitas yang mereka terima

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pamela Montung (2015) kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hasil penelitian yang dilakukan. Ni Made Arie Sulistyawati, Ni Ketut Seminari(2015) Hasil analisis data diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Indus Ubud.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara. Jika harga disesuaikan dengan apa yang diinginkan pelanggan maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi.berarti dengan memberikan harga yang terjangkau sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan dan adanya potongan harga apabila pembelian dengan jumlah banyak menjadi kepuasan tersendiri oleh pelanggan.

Hasil ini didukung teori dari Kotler dan Keller (2007) mendefinisikan harga sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Menurut Tjiptono (2008) mengatakan bahwa harga merupakan bauran berkenaan dengan strategi dan taktis seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga diantara berbagai kelompok pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Montung, Jantje Sepang, Riri Oktarini(2019) Berdasarkan hasil pengujian statistik diperoleh hasil Harga memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil Penelitian Ade Syarif Maulana (2016) terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan PT TOI.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis penilaian responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai rata-rata pada kategori baik, dan variabel Harga memiliki nilai rata-rata pada kategori baik, serta variabel Kepuasan Pelanggan memiliki nilai pada dalam kategori baik. Hal ini

menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga dinilai baik dan berdampak baik terhadap kepuasan pelanggan pada Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara. Artinya secara bersama-sama atau simultan variabel kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara. dengan pelayanan yang ramah dan memberikan jaminan apabila terjadi kerusakan pada kerupuk rambak menjadi kepuasan tersendiri bagi pelanggan begitu juga harga yang ditetapkan dengan memberikan harga yang terjangkau sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan dan adanya potongan harga apabila pembelian dengan jumlah banyak menjadi kepuasan tersendiri oleh pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada usaha kerupuk rambak selama ini sudah baik dan bisa berdampak baik terhadap kepuasan pelanggan. Namun masih perlu ditingkatkan lagi agar kualitas pelayanan yang ditawarkan menjadi lebih baik lagi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Montung, Jantje Sepang Riri oktarini (2019) kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ade Syarif Maulana (2016) kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara. Dengan kualitas pelayanan yang baik maka kualitas pelayanan yang dihasilkan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara. Harga sangat berhubungan dengan kepuasan pelanggan jika harga yang diberikan kepada pelanggan bisa diterima, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Kualitas Pelayanan dan Harga bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kerupuk Rambak Kecamatan Ketahun Bengkulu Utara. semakin baik kualitas pelayanan dan harga maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Disarankan penjual kerupuk rambak memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan dengan respon pelayanan dengan cepat seperti mengatur bagian bidang pelayanan pemesanan ketika terjadinya pemesanan yang banyak agar dapat mempercepat pelayanan dengan baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan berdampak pada meningkatnya penjualan.
2. Disarankan kepada pihak usaha kerupuk rambak memberikan potongan harga apabila pelanggan membeli produk dengan jumlah yang banyak. Hal ini tentunya akan mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap usaha bisnis kerupuk rambak agar pelanggan tertarik untuk membeli kembali produk tersebut dan berdampak pada peningkatan penjualan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, jika ingin meneliti tentang keputusan pembelian, disarankan untuk mencari faktor lain diluar (kualitas pelayanan, dan harga) agar hasil penelitiannya nanti bisa lebih berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghofur (2019), "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan", *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb)* Fakultas Ekonomi Uniat, Vol.4, No.1 Februari 2019.
- Ade Syarif Maulana (2016), "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt.Toi", *Jurnal Ekonomi* Volume 7 No. 2, November 2016.
- Aditya. 2011. "Analisis Pengaruh Kesadaran Merk, Keragaman Menu, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Pizza Hut Dp Mall Semarang". Skripsi. Semarang : Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Hlm 23.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro Dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Aryandi, J. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.
- Basu Swastha, 2010:147, Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee, *Jurnal Ecobisma*, Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu, Vol.
- Beatty Et Al, (2012), Model-Model Pendekatan Kualitas Layanan Untuk Memprediksi Kepuasan Pelanggan Bank Syariah,)Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta, *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, Vol. 01 No.05.
- Dedes Amertaningtya, *Pengolahan Kerupuk 'Rambak' Kulit Di Indonesia*,.
- Dian Evi styaningsih. 2015. "Pengaruh Penetapan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Assalaam Hypermarket Kartasura." *Pendidikan akuntansi fakultas keguruan dan ilmu pendidikan*.
- Ekowati, S., Yulinda, A. T., & Megawati, M. (2022). Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 5(2), 10-19.
- Tjiptono Dan Gregorius Chandra (2016), "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Pada Jasa Di Pt. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Di Cabang Setrasari Mall Bandung 2018", Prodi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan.
- Freddy Rangkuti. (2003). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, et.Al. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th Ed)*. United States : Pearson.
- Hanseman Dan Albinsson. 2004, Pelanggan Kepuasan Dan Retensi Pengalaman Individu Karyawan. *Mengelola Jurnal Kualitas Layanan*.
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media."
- Harfika, J., Dan Abdullah, N. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya". *Balance*, XIV(1), 44-56.
- Imanullah, M., Toyib, R., Hidayat, M. T., Wahyudi, I., Abimanyu, A., & Susanto, A. (2021). Pengenalan Website Sekolah Dasar Muhammadiyah 1 Unggulan Dalam Rangka Meningkatkan Mutu Pembelajaran Dan Promosi Sekolah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 4(1), 483-492.
- Khanza, M., Toyib, R. T., & Onsardi, O. (2021). Implmentasi Algoritma Apriori Untuk Meningkatkan Penjualan Handphone di Toko Mardha Cell. *JSAI (Journal Scientific and Applied Informatics)*, 4(2), 221-235.

- Kotler, Phillip Dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT. Indeks.
- Kurnia Triantoro, Sudharto P.Hadi, Sri Suryoko. 2015. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Kereta Api Kelas Ekonomi (Studi Kasus Pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP Iv Semarang).” *Diponegoro journal of social and political of science*: hal.1-10 (<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php>).
- Lumintang Intan Sintya, S. L. H. V. Joyce. Lopian, Merlyn M. Karuntu. 2018. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa FEB UNSRAT Manado.” *Jurnal EMBA* 6 no.
- Lupiyoadi, Rambat. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Malik Ibrahim,Sitti Marijam Thawil,(2019) "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan"*Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat* Vol.4, No.1 Februari 2019: 175 - 182 P-Issn 2527–7502 E-Issn 2581-2165.
- Montung , Jantje Sepang, Riri Oktarini (2019)"Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang" *Home Vol 6, No 2 (2019) Issn : 23546557* .
- Mulyawan, A., & Sidharta, I. (2014). "Determinan Kualitas Layanan Akademik Di STMIK Mardira Indonesia Bandung". *Jurnal Computech & Bisnis*, 8(1), 13-24.
- Munandar, J. A (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Sumsel Babel Kcp Tanjung Sakti. (*Jems) Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(1), 43-52.
- Muntahanah, M., & Toyib, R. (2020). Penerpan Algoritma Binary Search Dalam Pencarian Data Potensi Investasi Di Kabupaten Seluma Dengan Smartphone. *Jsai (Journal Scientific And Applied Informatics)*, 3(3), 129-136.
- Nasution.(2004),*Pembelajaran Quantum Learning*.Bandung:Aglesindo.
- Natasja Hosang, Altje Tumbel, S Moniharapon. 2016. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien (Sudi Kasus Pada Rumah Sakit Siloan Manado).” *jurnal berkala ilmiah efisiensi* volume 16.
- Ni Made Arie Sulistyawati (2015), ”Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar” *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 8, 2015 : 2318-2332 Issn: 2302-8912.
- Onsardi, O., Wulandari, K., Finthariasari, M., & Yulinda, A. T. (2021). Impact Of Service Marketing On Student Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)*, 7(2), 234-254.
- Pamela, Mountang,(2019) "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Kawan Baru"*Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 15 No.05 Tahun 2015.
- Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988. ‘SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality’. *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) Pp 12- 37.
- Prasetyo, & Miftahul . (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Teori Dan Aplikasi*.Edisi 7 Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Rahmawati, R. (2022). Korelasi Mutu Pelayanan Dengan Impulse Buying Konsumen UD. Mantan Karyawan Kota Bengkulu. In *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate* (Vol. 1, No. 1, Pp. 23-29).
- Rondonuwu, Priscilia D dan Komalig, Anastasya L. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Cetakan Pertama. PT. Indeks.

- Sapitri, L. (2021). The Effect of Brand Image and Product Quality toward Wardah Cosmetics Consumers' Loyalty as A Study on Students Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Bengkulu. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Review*, 1(2), 139-146.
- Situmeang, Lina Sari. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan."
- Sonatasia, D., Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. (*Jmmib*) *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1).
- Sugiyono (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Ting, H. and R. Thurasamy (2016). "What Matters to Infrequent Customers: A Pragmatic Approach to Understanding Perceived Value and Intention to Revisit Trendy Coffee Café". *Springerplus* 5: 651.
- Tjiptono, Fandy Dan Gregorius Chandra, (2012) *Service Management Meningkatkan Layanan Prima*. Jakarta: Andi.
- Toyib, R., & Muntahanah, M. (2020). Promosi Produk Pertanian Dan Kerajinan Menggunakan Website Serta Pembukuan Sederhana di Desa Sido Dadi Kecamatan Arma Jaya Kabupaten Bengkulu Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 3(1).
- Yusnani, dan Endang Sutrisna. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Umroh Pada PT. Silver Silk Tour Dan Travel Pekanbaru." *JOM FISIP VOL. 5 : E*.