



Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen CV Dariono Surya Teknik AC Medan

Dimas Prasetya¹, Nur Augus Fahmi², Julienda Br Harapap³

^{1,2,3}Universitas Islam Sumatera Utara, Indonesia

Corresponding author: prasetiadimas828@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history

Received : 20 April 2026

Accepted : 03 Mei 2026

Published : 22 August 2026

Kata Kunci:

Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada CV Dariono Surya Teknik AC Medan. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif untuk menguji hubungan antarvariabel. Populasi penelitian terdiri atas seluruh konsumen CV Dariono Surya Teknik AC Medan yang berjumlah 190 orang. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik Proportionate Stratified Random Sampling, sehingga diperoleh sebanyak 66 responden sebagai sampel penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan penyebaran kuesioner yang disusun berdasarkan skala Likert. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta pengujian hipotesis melalui Uji t dan Uji F dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan maupun harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, secara simultan kedua variabel independen tersebut juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV Dariono Surya Teknik AC Medan. Nilai koefisien determinasi mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan variasi kepuasan konsumen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam lingkup penelitian ini.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality and price on customer satisfaction at CV Dariono Surya Teknik AC Medan. This research employed a quantitative method with an associative approach to examine the relationships among the variables. The population consisted of all 190 customers of CV Dariono Surya Teknik AC Medan. The sample was determined using the Proportionate Stratified Random Sampling technique, resulting in 66 respondents. Data were collected through observation and the distribution of questionnaires based on a five-point Likert scale. The data were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing through the t-test and F-test with the assistance of SPSS software. The results indicate that, partially, both service quality and price have a positive and significant effect on customer satisfaction. Simultaneously, service quality and price also have a significant effect on customer satisfaction at CV Dariono Surya Teknik AC Medan. Furthermore, the coefficient of determination demonstrates that the independent variables have a strong explanatory power regarding customer satisfaction, while the remaining variation is influenced by other factors beyond the scope of this study.

Keyword:

Service Quality, Price, Consumer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Perubahan kebutuhan masyarakat terhadap kenyamanan ruang telah mendorong penggunaan Air Conditioner (AC) dalam berbagai aktivitas kehidupan. Di Kota Medan, kondisi lingkungan dengan karakteristik suhu udara yang relatif tinggi menjadikan perangkat pendingin udara banyak digunakan pada lingkungan rumah tangga, perkantoran, maupun institusi. Peningkatan penggunaan tersebut secara langsung menciptakan kebutuhan terhadap jasa pemasangan, pemeliharaan, dan perbaikan AC. Perkembangan kebutuhan jasa tersebut pada akhirnya turut menciptakan persaingan di antara pelaku usaha yang bergerak dalam bidang teknik pendingin. Perusahaan tidak cukup hanya menyediakan jasa perbaikan, tetapi juga perlu memastikan bahwa pengalaman yang diperoleh konsumen mampu memenuhi harapan mereka.

Dalam bisnis jasa, kepuasan konsumen menjadi salah satu aspek penting karena konsumen secara langsung mengevaluasi proses dan hasil pelayanan yang diterimanya. Penilaian tersebut dapat terbentuk dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum memperoleh layanan dengan pengalaman aktual setelah layanan diberikan. Apabila pelayanan yang diterima dianggap sesuai dengan harapan, konsumen cenderung memberikan penilaian positif. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara harapan dan pengalaman pelayanan dapat menimbulkan ketidakpuasan. Oleh sebab itu, perusahaan jasa perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat memengaruhi evaluasi konsumen setelah menggunakan layanan.

CV Dariono Surya Teknik AC Medan merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang jasa teknik pendingin. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, perusahaan menghadapi tuntutan untuk mempertahankan kualitas pelayanan sekaligus memberikan penawaran harga yang dapat diterima oleh konsumen. Karakteristik jasa perbaikan AC menyebabkan konsumen tidak hanya menilai hasil akhir pekerjaan teknisi, tetapi juga memperhatikan berbagai proses yang menyertai pelayanan, seperti ketepatan waktu, komunikasi, kemampuan teknis, respons terhadap keluhan, sikap petugas, dan jaminan atas pekerjaan yang dilakukan. Aspek-aspek tersebut menjadi bagian dari pengalaman konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu variabel yang penting untuk diperhatikan dalam konteks tersebut. Pelayanan pada jasa teknik AC memiliki karakteristik yang membutuhkan interaksi langsung antara teknisi dan konsumen. Ketepatan dalam mengidentifikasi kerusakan, kemampuan menyelesaikan pekerjaan, ketanggapan dalam merespons permintaan, serta kesopanan dan profesionalisme teknisi dapat memengaruhi penilaian konsumen. Selain itu, ketersediaan jaminan terhadap hasil pekerjaan dan perhatian perusahaan terhadap kebutuhan pelanggan juga menjadi bagian dari kualitas layanan. Penelitian ini mengoperasionalkan kualitas pelayanan melalui lima dimensi, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Faktor lainnya adalah harga. Dalam penggunaan jasa servis AC, konsumen mengeluarkan sejumlah biaya untuk memperoleh manfaat berupa perbaikan maupun pemeliharaan unit. Pertimbangan konsumen terhadap harga tidak semata-mata didasarkan pada nominal yang harus dibayarkan, tetapi juga pada persepsi mengenai kewajaran biaya dibandingkan dengan kualitas pekerjaan dan manfaat yang diperoleh. Transparansi biaya, kemampuan harga bersaing, keterjangkauan, serta kesesuaian antara harga dan manfaat menjadi aspek yang dapat memengaruhi penilaian konsumen. Dengan demikian, kebijakan harga perlu ditempatkan dalam hubungan dengan nilai pelayanan yang diterima pelanggan.

Kondisi yang dihadapi CV Dariono Surya Teknik AC Medan menunjukkan adanya sejumlah persoalan yang berkaitan dengan persaingan usaha dan persepsi konsumen. Penelitian mengidentifikasi adanya persaingan yang semakin ketat di antara penyedia jasa servis AC, dinamika dalam konsistensi pelayanan, kecenderungan konsumen membandingkan harga, kemungkinan ketidaksesuaian antara ekspektasi dan layanan aktual, serta respons terhadap keluhan selama masa layanan purna jual. Selain itu, terdapat fluktuasi jumlah pelanggan yang menjadi salah satu fenomena yang melatarbelakangi perlunya pengkajian terhadap faktor-faktor yang berhubungan dengan kepuasan konsumen.

Temuan penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki hubungan dengan kepuasan konsumen dalam berbagai bidang jasa. Penelitian Fahmi dan Syahputra menunjukkan adanya perbedaan pengaruh kewajaran harga dan kualitas jasa berdasarkan karakteristik pelanggan. Penelitian Pratama memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berperan dalam pembentukan kepuasan konsumen jasa home service. Sari dan Pratama menemukan bahwa kualitas pelayanan dan harga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa teknik. Penelitian lain juga menunjukkan pentingnya keandalan, daya tanggap, transparansi harga, dan layanan purna jual dalam membentuk pengalaman positif pelanggan.

Berdasarkan kajian tersebut, kualitas pelayanan dan harga memiliki relevansi yang kuat untuk dikaji dalam konteks perusahaan jasa teknik AC. Namun, karakteristik setiap perusahaan dan konsumennya dapat menghasilkan kondisi empiris yang berbeda. Pada CV Dariono Surya Teknik AC Medan, kualitas pelayanan berkaitan erat dengan proses teknis dan interaksi antara teknisi dengan pelanggan, sedangkan harga berkaitan dengan persepsi konsumen mengenai pengorbanan yang diberikan dibandingkan dengan manfaat yang diterima. Kondisi tersebut menjadi dasar penting untuk menguji secara empiris bagaimana kedua variabel tersebut berhubungan dengan kepuasan konsumen pada perusahaan yang menjadi objek penelitian.

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen CV Dariono Surya Teknik AC Medan. Secara khusus, penelitian diarahkan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen, serta menguji pengaruh kedua variabel tersebut secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 190 konsumen sebagai populasi dan 66 konsumen sebagai sampel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga masing-masing memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kedua variabel tersebut juga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen CV Dariono Surya Teknik AC Medan.

“

KAJIAN LITERATUR

Kualitas pelayanan merupakan konsep penting dalam pengelolaan perusahaan jasa karena konsumen menilai bukan hanya hasil akhir yang diperoleh, tetapi juga proses ketika layanan tersebut diberikan. Tjiptono (2019) memandang kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan pelanggan serta kemampuan perusahaan dalam mempertahankan keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam konteks jasa teknik, kualitas pelayanan dapat dipahami melalui kesesuaian antara layanan yang diharapkan konsumen dengan pelayanan yang benar-benar mereka terima.

Pada jasa perawatan dan perbaikan Air Conditioner (AC), kualitas pelayanan memiliki karakteristik yang lebih kompleks karena melibatkan aspek teknis sekaligus interaksi langsung dengan pelanggan. Keberhasilan pelayanan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknisi menyelesaikan kerusakan, tetapi juga oleh ketepatan diagnosis, kecepatan penanganan, ketepatan waktu, komunikasi, sikap profesional, serta pemberian jaminan terhadap pekerjaan. Berdasarkan konsep Service Quality yang digunakan dalam penelitian, kualitas pelayanan mencakup lima dimensi utama, yaitu bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy).

Dimensi bukti fisik berkaitan dengan kondisi peralatan, penampilan teknisi, dan sarana pendukung pelayanan. Keandalan menggambarkan kemampuan perusahaan memberikan layanan secara tepat, konsisten, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Daya tanggap berkaitan dengan kecepatan perusahaan merespons permintaan maupun keluhan. Jaminan mencerminkan kompetensi teknisi, etika kerja, serta kepastian perlindungan bagi pelanggan. Sementara itu, empati menunjukkan perhatian perusahaan terhadap kebutuhan individual konsumen. Kelima

dimensi tersebut menjadi dasar dalam menilai kualitas pelayanan CV Dariono Surya Teknik AC Medan.

Harga merupakan unsur penting dalam keputusan konsumen karena berkaitan langsung dengan pengorbanan yang harus diberikan untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Dalam penelitian ini, harga dipahami tidak hanya sebagai nominal pembayaran, tetapi sebagai penilaian konsumen mengenai kelayakan biaya yang dikeluarkan dibandingkan dengan manfaat dan kualitas layanan yang diperoleh. Konsep tersebut sejalan dengan pandangan mengenai keadilan harga, yaitu ketika konsumen menilai bahwa biaya yang dibayarkan memiliki kesesuaian dengan nilai yang diterima.

Pada jasa servis AC, persepsi terhadap harga dapat terbentuk dari beberapa pertimbangan. Konsumen dapat menilai apakah tarif yang dikenakan masih berada dalam jangkauan kemampuan mereka, apakah biaya tersebut sepadan dengan kualitas pekerjaan, bagaimana posisi harga dibandingkan dengan pesaing, serta apakah manfaat layanan sesuai dengan pengorbanan yang diberikan. Transparansi juga menjadi aspek penting karena konsumen membutuhkan informasi yang jelas mengenai biaya jasa, suku cadang, maupun komponen pembayaran lainnya. Berdasarkan landasan operasional penelitian, harga diukur melalui keterjangkauan, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing, kesesuaian dengan manfaat, dan transparansi harga.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan hasil evaluasi setelah konsumen memperoleh dan menggunakan suatu produk atau jasa. Evaluasi tersebut muncul melalui perbandingan antara ekspektasi sebelum menerima pelayanan dengan pengalaman aktual yang diperoleh. Apabila kinerja pelayanan sesuai atau lebih tinggi daripada harapan, konsumen cenderung memberikan evaluasi yang positif. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara harapan dan kinerja dapat menyebabkan munculnya ketidakpuasan.

Dalam jasa perbaikan AC, kepuasan konsumen tidak hanya ditentukan oleh berhasil atau tidaknya teknisi memperbaiki unit. Konsumen juga mempertimbangkan keseluruhan pengalaman selama menggunakan jasa, mulai dari proses pemesanan, komunikasi dengan perusahaan, kedatangan teknisi, proses pemeriksaan dan perbaikan, sampai dengan layanan setelah pekerjaan selesai. Oleh karena itu, kepuasan dalam penelitian ini direpresentasikan melalui kesesuaian harapan, minat menggunakan kembali, kesediaan merekomendasikan, kepuasan secara keseluruhan, dan persepsi terhadap nilai jasa.

Secara konseptual, kualitas pelayanan memiliki hubungan dengan kepuasan karena konsumen menggunakan pengalaman pelayanan sebagai dasar dalam mengevaluasi perusahaan. Pelayanan yang mampu memberikan ketepatan, kecepatan, keamanan, kenyamanan, serta perhatian terhadap kebutuhan pelanggan akan meningkatkan kemungkinan terbentuknya evaluasi positif. Pada perusahaan jasa teknik AC, kemampuan teknisi dalam memberikan diagnosis yang tepat, menyelesaikan pekerjaan sesuai waktu yang dijanjikan, memberikan informasi secara jelas, serta menangani keluhan secara responsif dapat memperkuat kepuasan pelanggan.

Penelitian terdahulu yang terdapat dalam file mendukung hubungan tersebut. Sari dan Pratama (2024) menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa teknik. Wijaya (2025) juga menunjukkan bahwa dimensi reliability dan responsiveness merupakan aspek yang dominan dalam membentuk kepuasan konsumen pada jasa AC. Temuan tersebut memperkuat dasar teoritis bahwa peningkatan kualitas pelayanan berpotensi meningkatkan kepuasan konsumen.

Harga berhubungan dengan kepuasan melalui penilaian konsumen terhadap nilai yang diterima dari suatu transaksi. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan murah atau mahal nya tarif, tetapi juga menilai apakah biaya tersebut sepadan dengan kualitas pekerjaan dan manfaat yang diperoleh. Harga yang kompetitif dan transparan dapat memberikan persepsi bahwa transaksi berlangsung secara wajar. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara biaya dan manfaat dapat menimbulkan penilaian negatif terhadap perusahaan.

Hasil penelitian terdahulu dalam file menunjukkan adanya dukungan terhadap hubungan tersebut. Fahmi dan Syahputra (2023) menemukan bahwa kewajaran harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan Hidayat dkk. (2023) menunjukkan bahwa transparansi harga dapat meningkatkan kepuasan konsumen sekaligus mendorong niat penggunaan kembali. Arifin dan Syarifuddin (2021) juga menemukan hubungan positif antara harga yang kompetitif dan kualitas jasa dengan kepuasan pelanggan.

Kepuasan konsumen pada perusahaan jasa terbentuk melalui evaluasi yang bersifat menyeluruh. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dan harga dapat dipandang sebagai dua aspek yang saling melengkapi. Kualitas pelayanan memberikan nilai melalui pengalaman dan manfaat yang diterima konsumen, sedangkan harga menjadi pertimbangan mengenai besarnya pengorbanan yang harus diberikan untuk memperoleh manfaat tersebut. Pelayanan yang berkualitas tetapi disertai harga yang dianggap tidak wajar dapat mengurangi kepuasan. Sebaliknya, harga yang terjangkau belum tentu menghasilkan kepuasan apabila kualitas pelayanan tidak memenuhi harapan pelanggan.

Penelitian terdahulu juga memberikan dukungan terhadap hubungan simultan kedua variabel tersebut. Pratama (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, khususnya dimensi jaminan, bersama dengan harga yang kompetitif berperan dalam menentukan kepuasan konsumen. Sari dan Pratama (2024) menemukan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa teknik. Dengan demikian, kualitas pelayanan dan harga memiliki dasar teoritis dan empiris yang memadai untuk diuji secara simultan terhadap kepuasan konsumen CV Dariono Surya Teknik AC Medan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini, terdapat konsistensi temuan bahwa kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor yang berkaitan dengan kepuasan konsumen. Namun, karakteristik jasa dan konsumen pada setiap objek penelitian dapat menghasilkan kondisi yang berbeda. Penelitian ini memfokuskan pengujian pada CV Dariono Surya Teknik AC Medan dengan karakteristik layanan berupa perawatan dan perbaikan AC. Fokus tersebut memungkinkan penelitian memberikan bukti empiris yang lebih spesifik mengenai keterkaitan kualitas pelayanan dan harga dengan kepuasan konsumen pada jasa teknik pendingin.

Berdasarkan landasan teoritis dan hasil penelitian terdahulu tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen CV Dariono Surya Teknik AC Medan.

H2: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen CV Dariono Surya Teknik AC Medan.

H3: Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen CV Dariono Surya Teknik AC Medan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada CV Dariono Surya Teknik AC Medan. Pendekatan tersebut digunakan karena penelitian diarahkan untuk menguji hubungan dan pengaruh antara dua variabel independen, yaitu kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2), terhadap kepuasan konsumen (Y). Penelitian dilaksanakan pada CV Dariono Surya Teknik AC Medan dengan periode penelitian Januari sampai Mei 2026.

Populasi penelitian terdiri atas seluruh konsumen CV Dariono Surya Teknik AC Medan yang berjumlah 190 orang. Populasi tersebut terdiri atas 125 konsumen rumah tangga atau domestik, 45 konsumen perkantoran dan ruko atau komersial, serta 20 konsumen instansi pemerintah atau umum. Berdasarkan jumlah populasi tersebut, ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 66 responden. Distribusi sampel

dilakukan secara proporsional berdasarkan kelompok konsumen, yaitu 43 responden rumah tangga, 16 responden perkantoran dan ruko, serta 7 responden instansi pemerintah.

Variabel penelitian terdiri atas kualitas pelayanan sebagai variabel independen pertama (X1), harga sebagai variabel independen kedua (X2), dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen (Y). Kualitas pelayanan diukur melalui lima indikator, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Harga diukur berdasarkan keterjangkauan, kesesuaian harga, daya saing, kesesuaian harga dengan manfaat, dan transparansi. Sementara itu, kepuasan konsumen diukur melalui kesesuaian harapan, minat menggunakan kembali, rekomendasi, kepuasan secara keseluruhan, dan persepsi nilai. Seluruh variabel diukur menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari skor 1 untuk sangat tidak setuju sampai skor 5 untuk sangat setuju.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, studi dokumentasi, kuesioner, dan studi kepustakaan. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi secara langsung dari pihak perusahaan, sedangkan dokumentasi digunakan untuk memperoleh data yang tersedia pada CV Dariono Surya Teknik AC Medan. Data utama penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 66 konsumen sebagai responden. Studi kepustakaan digunakan untuk memperoleh landasan teoritis dan referensi yang relevan dengan variabel penelitian.

Instrumen penelitian terlebih dahulu diuji kualitasnya melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi setiap butir pernyataan dengan nilai r tabel. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel. Uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi instrumen melalui nilai Cronbach's Alpha, dengan kriteria reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen memenuhi kriteria validitas, sedangkan nilai Cronbach's Alpha masing-masing sebesar 0,858, 0,906, dan 0,852 sehingga seluruh instrumen dinyatakan reliabel.

Analisis data dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS. Tahap analisis meliputi uji asumsi klasik, regresi linear berganda, pengujian hipotesis, dan koefisien determinasi. Uji asumsi klasik mencakup uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Uji normalitas dilakukan melalui grafik P-P Plot dan histogram. Multikolinearitas dinilai berdasarkan nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), sedangkan heteroskedastisitas diamati melalui pola penyebaran residual. Pengujian autokorelasi dilakukan untuk memastikan tidak terdapat korelasi antarresidual dalam model regresi.

Pengujian pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dilakukan dengan analisis regresi linear berganda. Model regresi yang digunakan dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan: Y merupakan kepuasan konsumen, a merupakan konstanta, b_1 dan b_2 merupakan koefisien regresi, X_1 merupakan kualitas pelayanan, X_2 merupakan harga, dan e merupakan standar error. Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah serta besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap kepuasan konsumen.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t dan uji F dengan tingkat signifikansi 5%. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Sementara itu, uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh kedua variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Keputusan pengujian didasarkan pada nilai signifikansi 0,05, yaitu pengaruh dinyatakan signifikan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Selanjutnya, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan kualitas pelayanan dan harga dalam menjelaskan variasi kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini digunakan nilai Adjusted R^2 sebagai ukuran kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar nilai Adjusted R^2 , semakin besar pula kemampuan kualitas pelayanan dan harga dalam menjelaskan perubahan kepuasan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

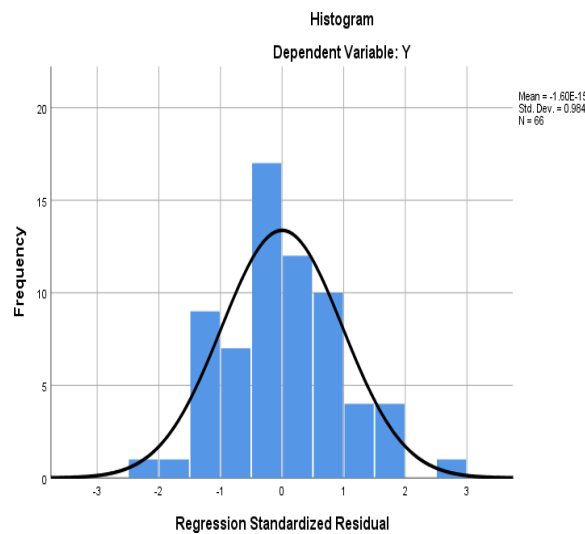
Uji Asumsi Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak, caranya yaitu dengan menganalisis grafik dan uji statistik. Pada dasarnya normalitas dapat terdeteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal melalui grafik atau melihat histogram berdasarkan residualnya. Dalam pengujian ini pengujian normalitas dideteksi menggunakan analisis grafik P-P Plot yang dihasilkan melalui Program SPSS for Windows.



Gambar 1 P-P Plot

Berdasarkan gambar P-P Plot diatas, dapat dilihat distribusi dari titik titik data P-P Plot tersebar secara merata disekitar garis estimatennya (garis diagonal) yang mana data menunjukan berdistribusi normal.



Gambar 2. Grafik Histogram

Berdasarkan gambar diatas, terlihat grafik histogram memberikan pola distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Analisis dilakukan dengan melihat nilai VIF < 10, dan tolerance > 0.10.

Tabel 1. Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

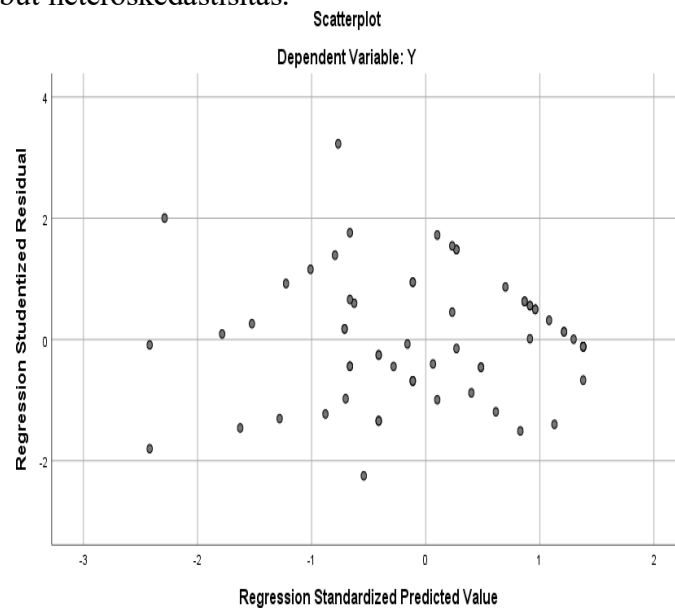
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.446	1.506		3.617	.001		
X1	.222	.084	.232	2.638	.011	.660	1.514
X2	.568	.075	.666	7.558	.000	.660	1.514

Dependent Variabel : Y

Berdasarkan hasil uji pada variabel, variabel X1 dan X2 bernilai *tolerance* $0.660 > 0.10$ dan nilai VIF $1.514 < 10$ sehingga dikatakan bahwa data telah lolos multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan variance antara residual suatu observasi pada suatu model regresi dengan observasi tetap lainnya, jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.



Gambar 3. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan pengujian menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Model regresi yang baik adalah tidak terdapat autokorelasi. Pendekatan yang digunakan untuk menguji ada atau tidaknya autokorelasi adalah Uji Durbin-Watson (DW test).

Tabel 2. Uji Autokorelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.823 ^a	.677	.667	1.856	2.018

Predictors: (Constant), X2, X1 Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai DW terletak diantara $1.664 < 2.018 < 2.336$ ($d_U < d < 4-d_U$). Yang berarti dalam model regresi linear tidak terjadi gejala autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen.

Tabel 3. Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.446	1.506		3.617	.001
X1	.222	.084	.232	2.638	.011
X2	.568	.075	.666	7.558	.000

Dependent Variable: Y

Persamaan Regresi =

$$Y = 5.446 + 0.222X1 + 0.568X2 + e$$

Interpretasi :

- Nilai konstanta didapatkan 5.446 yang menandakan bahwa jika nilai seluruh variabel X sebesar 0, maka nilai variabel Y sebesar 5.446.
- Nilai koefisien regresi X1 yaitu kualitas pelayanan adalah 0.222 yang dikatakan bahwa jika nilai X1 meningkat sebesar 1, maka variabel Y yaitu kepuasan konsumen meningkat positif sebesar 0.222 dengan asumsi nilai X1 bersifat tetap.
- Nilai koefisien regresi X2 harga adalah 0.568 yang dikatakan bahwa jika nilai X2 meningkat sebesar 1, maka variabel Y yaitu kepuasan konsumen meningkat positif sebesar 0.568 dengan asumsi nilai X2 bersifat tetap.

Uji Hipotesis

Uji F

Uji F digunakan untuk menganalisis keseluruhan variabel X berpengaruh secara simultan atau tidak terhadap variabel Y yang dilihat apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai $sig < 0.05$ maka secara simultan berpengaruh positif dan signifikan.

Tabel 4. Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	455.326	2	227.663	66.117	.000 ^b
Residual	216.931	63	3.443		
Total	672.258	65			

Dependent Variable : Y Predictors: (Constant), X2, X1

Penelitian ini menggunakan taraf signifikan (0.05) dan Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan numerator: $(n-k-1)$ atau $66-2-1=63$. Dengan ketentuan diperoleh nilai Ftabel sebesar 3.14.

Berdasarkan hasil uji F yang telah diperoleh maka didapatkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ $66.117 > 3.14$ dan nilai sig $0.000 < 0.05$ sehingga disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) berpengaruh simultan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Uji t

Uji t digunakan untuk menganalisis keseluruhan variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) berpengaruh secara parsial atau tidak terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) yang dilihat berdasarkan:

- Apabila nilai signifikan $< 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- Apabila nilai signifikan $> 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Penelitian ini menggunakan taraf signifikan (0.05) dan Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan $DK = n-2$ atau $66-2=64$. Dengan ketentuan tersebut maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,669.

Tabel 5. Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.446	1.506		3.617	.001
X1	.222	.084	.232	2.638	.011
X2	.568	.075	.666	7.558	.000

Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil pengujian t menunjukkan :

- Nilai t_{hitung} (2.638) $> t_{tabel}$ (1.669) dan sig 0.011 $< 0,05$, maka dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.
- Nilai t_{hitung} (7.558) $> t_{tabel}$ (1.669) dan sig 0.000 $< 0,05$, maka dapat disimpulkan variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Uji Determinasi

Koefisien determinasi dilakukan untuk menganalisis besaran variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) dapat menjelaskan variansi terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 6 Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.823 ^a	.677	.667	1.856

Prediktors: (Constant), X2, X1 Dependent Variabel: Y

Berdasarkan Hasil Pengujian Yang Dilihat Dari Adjusted R *Square* Menunjukkan Nilai Yang Didapatkan 0.667 (Dipresentasikan Senilai 66,7%) Sehingga Disimpulkan Bahwa Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Dan Harga (X2) Dapat Menjelaskan Variabel Kepuasan Konsumen (Y) Sebesar 66,7%, Sisanya 33,3% Dijelaskan Oleh Variabel Lain Di Luar Penelitian.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor penting yang memengaruhi kepuasan konsumen pada CV Dariono Surya Teknik Medan. Pertama, kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, seperti ketepatan pelayanan, kecepatan respons, keramahan, serta kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen. Hal ini menegaskan pentingnya perusahaan menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan agar mampu memenuhi harapan konsumen. Kedua, harga juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya, penetapan harga yang sesuai dengan kualitas produk atau jasa, manfaat yang diterima, serta kemampuan konsumen akan meningkatkan persepsi positif terhadap perusahaan dan mendorong terbentuknya kepuasan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan keseimbangan antara harga yang ditawarkan dan nilai yang diterima konsumen. Ketiga, secara simultan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen CV Dariono Surya Teknik Medan. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan yang disertai penetapan harga yang tepat menjadi strategi penting bagi perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. , dkk. (2023). *Manajemen Pemasaran: Strategi dan Keadilan Harga*
- Arifin, Z. (2023). *Manajemen Pemasaran Modern: Strategi dan Psikologi Konsumen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*
- Gunawan, I. (2022). *Manajemen Operasional Jasa Teknik*. Surabaya: Pustaka Media.
- Handoko, T. H. (2023). *Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi Terjemahan oleh Handoko). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.).England: Pearson Education.

- Lestari, D. (2021). Penanganan Keluhan dalam Kualitas Pelayanan Jasa. *Sains Pemasaran*.
- Lupiyoadi, R. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pratama, A., dkk. (2024). *Analisis Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan di Era Digital*. Bandung: Alfabeta.
- Rahmawati, D. (2024). *Strategi Harga dan Kepuasan Konsumen pada Sektor Jasa*. Malang: Literasi Nusantara.
- Rahmawati, S. (2024). *Psikologi Konsumen di Sektor Jasa*. Sari, N. (2022). *Persepsi Harga dan Manfaat bagi Konsumen*.
- Silvia, dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 478-485.
- Silvia, M. , dkk. (2021). Evaluasi Kinerja dan Harapan Konsumen. *International Journal of Business Studies*.
- Sinollah. (2024). *Manajemen Jasa: Teori dan Praktik dalam Investasi Jangka Panjang*.
- Sinollah. (2024). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Implementasi pada UMKM*. Kediri: Lembaga Cakrawala Pustaka.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*.
- Syarifuddin. (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran dan Karakteristik Produk Jasa*. Syarifuddin.(2021). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Strategi*. Makassar: Yayasan Barcode.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijaya, K. (2025). *Transparansi Pelayanan dan Solusi Teknis Era Modern*. Wijaya, T. (2025). *Manajemen Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Indeks.