
PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA AIR BERSIH MASYARAKAT KAMPUNG AIR BATAM CENTER

¹Syaiful Aswad, ²Realize, ³Ronald Wangdra

¹Universitas Putera Batam

syaiful.nahdah@gmail.com

ABSTRACT

Natural resources are an asset for life that is very valuable and must be managed properly in order to membeikan good life. This study is based on frequent occurrence of dead water and consumer complaints that are less responded by managers. This study aims to determine the effect of price and service quality on user satisfaction of clean water users from the community of Batam Community Health Center. The object of this research is water users. The purpose of research to determine whether there is partial and simultaneous influence between independent variables terhadap dependent variable. Sampling technique using non-probability sampling method, the number of research samples as much as 111 respondents. Technical analysis using multiple linear regression analysis. Based on the results of research on the results of t test, t arithmetic for price and service quality is greater than t table, it can be concluded there are some positive influence and significant price on customer satisfaction, there is a positive and significant effect of service quality customer satisfaction. F test results are larger F table. Then it can be concluded that the variables price and service quality simultaneously have a positive and significant influence on.

Keywords: Price, Service Quality, Consumer Satisfaction

ABSTRAK

Sumber daya alam merupakan aset untuk kehidupan yang sangat berharga dan harus dikelola dengan baik agar dapat membeikan kehidupan yang baik. Penelitian ini didasarkan pada sering terjadinya air mati dan keluhan konsumen yang kurang direspons oleh para manajer. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna pengguna air bersih dari masyarakat Puskesmas Batam. Objek penelitian ini adalah pengguna air. Tujuan penelitian untuk mengetahui apakah ada pengaruh parsial dan simultan antara variabel bebas terhadap variabel dependen. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling, jumlah sampel penelitian sebanyak 111 responden. Analisis teknis menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian tentang hasil uji t, t hitung untuk harga dan kualitas layanan lebih besar dari t tabel, dapat disimpulkan ada beberapa pengaruh positif dan harga signifikan terhadap kepuasan pelanggan, ada pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan kepuasan pelanggan. Hasil uji F lebih besar F tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan kualitas layanan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

PT Cahaya Pulau Pura yang berada di Kota Sumber daya alam merupakan aset bagi kehidupan yang sangat berharga dan harus dikelola dengan baik agar dapat memberikan kehidupan yang baik bagi seluruh makhluk hidup yang ada di dunia. Sumber daya Alam harus dikembangkan secara baik agar kehidupan manusia mampu menghadapi tantangan yang akan datang seiring berjalannya waktu, dimana mampu bertahan hidup di era-globalisasi industri seperti sekarang ini. Era-globalisasi pada abad ini berkembang dengan sangat cepat, karena didukung oleh perkembangan teknologi informasi dan mobilisasi yang sangat tinggi sehingga banyak perusahaan dapat menjual berbagai macam produk-produk alam ke konsumen dengan mudah salah satunya batu alam, air bersih dan tumbuh-tumbuhan hias. Perusahaan tidak hanya bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang ada tetapi perusahaan juga harus mengahapi berbagai keinginan konsumen terhadap kepuasan mereka. Masyarakat kampung air Batam Center adalah sebuah pemukiman yang beralokasi yang berdekatan dengan Kawasan Cammo Industrial park kelurahan baloi permai kecamatan Batam kota, Batam center. Kampung Air Batam Center berdiri pada tahun 90-an hingga saat ini, dimana populasi masyarakat Kampung Air Batam Center saat ini berjumlah 800 kepala keluarga.

Suasana di lingkungan hidup di kampung tersebut tidak begitu bersih dan kurang nyaman. Rendahnya kepedulian masyarakat terhadap lingkungan hidup menimbulkan banyak masalah yang cukup sulit untuk dihadapi masyarakat Kampung air Batam Center, sehingga banyak pekerjaan dan kebutuhan rumah tangga sulit untuk dipenuhi masyarakat kampung tersebut.

Berbagai macam masalah lingkungan yang kurang baik, sehingga menimbulkan berbagai macam masalah antara lain. Masyarakat Kampung Air Batam Center selama 25 tahun mereka kesulitan untuk mendapatkan pasokan air bersih yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat kampung tersebut, sehingga mereka harus membuat sumur sendiri agar mendapatkan air bersih dan kebanyakan dari masyarakat tersebut mencari air bersih keluar kampung demi mendapatkan air bersih.

Tempat tinggal yang kurang bersih dan penataan posisi rumah membuat kampung tersebut semakin terlihat kurang bersih dan nyaman. Banyak masyarakat yang merasa frustrasi dengan keadaan lingkungan hidup yang mana banyak sampah yang tidak pada tempatnya dan semakin lama mereka semakin sulit untuk mendapatkan air bersih yang berasal dari sumur mereka, karena kurangnya kepedulian masyarakat terhadap lingkungan hidup sehingga air bersih pun tercemar dan tidak dapat digunakan lagi untuk keperluan rumah tangga dan kegiatan pekerjaan lainnya seperti, mencuci, memasak, mandi dan pekerjaan bagunan.

Pada tahun 2015 ada sebuah perusahaan CV. Buana Citra Sejahtera yang bergerak dibidang bisnis *traveling* dan konstruksi yang menyalurkan air bersih dari ATB ke kampung air tersebut sehingga Masyarakat Kampung Air Batam Center dapat menikmati langsung dari rumah mereka sendiri air bersih tanpa mereka harus keluar kampung untuk mendapatkan air bersih tersebut. Hingga saat ini masyarakat tersebut dengan mudahnya mendapatkan dan menggunakan air bersih. Tapi di samping itu masyarakat Kampung Air Batam Center juga harus menghadapi masalah untuk mendapatkan air bersih terkait dengan harga perkubik air Rp.16.000 yang di tetapkan oleh agen cukup mahal dibandingkan air yang ada di perumahan perkubiknya Rp.3500 yang mana di perumahan airnya di salurkan langsung dari ATB.

Masyarakat Kampung Air Batam Center harus menghadapi kesulitan untuk mendapatkan air tersebut yaitu harga pemasangan dan biaya perkubik air cukup mahal sehingga masyarakat kampung air harus mengeluarkan uang yang cukup banyak untuk mendapatkan air bersih tersebut dan tidak hanya masalah harga saja, melainkan mereka juga harus menghadapi masalah kualitas pelayanan juga, dimana air bersih tersebut sering tidak jalan tanpa ada pemberitahuan dari pihak pengelola air bersih tersebut dan pengaduan masyarakat juga kurang ditanggapi oleh agen penyalur air bersih.

Hubungan emosional dan komunikasi yang kurang baik akan menimbulkan jarak antara agen dan konsumen. Kondisi seperti ini akan berakibat pada rendahnya inisiatif. Pengelola selalu menunggu keluhan masyarakat baru

pengelola bergerak untuk menanggapi keluhan masyarakat. Pengelola tidak ada inisiatif untuk melaksanakan tanggung jawab mereka.

Sebuah perusahaan idealnya adalah perusahaan yang memperhatikan konsumen agar terjalin hubungan yang baik. Perusahaan harus bertanggung jawab untuk memberikan harga yang murah dan kualitas pelayanan yang kondusif dan harmonis, karena kualitas pelayanan yang harmonis dapat mendorong semangat konsumen untuk tetap menggunakan produk tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk (*a statement of value*) (Tjiptono, 2014: 92). Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi. dan harga adalah segala bentuk biaya yang di korbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk (Runtuwuu, Oroh, & Taroreh, 2014: 1805). Namun, keputusan mengenai harga tidak mudah untuk dilakukan. Di satu sisi, harga yang terlalu mahal bias meningkatkan laba jangka pendek, tetapi di sisi lain akan sulit dijangkau oleh consume dan sukar bersaing dengan kompetitor.

Sedangkan di dalam ilmu ekonomi, pengertian harga mempunyai hubungan dengan pengertian nilai dan kegunaan. Nilai adalah ukuran jumlah yang diberikan oleh suatu produk apabila produk itu ditukarkan dengan produk lain. Sedangkan kegunaan adalah atribut dari sebuah item yang memberikan tingkat kepuasan tertentu pada konsumen (Sunnyoto, 2012: 130). Terdapat beberapa indikator harga (Anwar & Satrio, 2012), yaitu :

1. Harga yang sesuai dengan
2. Presepsi harga dan manfaat
3. Harga produk terjangkau
4. Persaingan harga
5. Kesesuaian harga dengan kualitasnya.

Kualitas

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2008: 85). Berdasarkan definisi ini, kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan

keinginan pelanggan yang dimaksud dalam penelitian ini konsumen sesuai dengan ekspektasi pelanggan, dan pendapat lain kualitas pelayanan adalah tindakan yang menciptakan manfaat dengan mewujudkan perubahan yang diinginkan konsumen sehingga pelayanan memberikan nilai tersendiri bagi konsumen (Wijaya, 2017: 2).

Lima indikator yang penting pada kualitas pelayanan (Tjiptono, 2008: 95), sebagai berikut:

1. Realibilitas (*Realibility*) yaitu kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat dari pertama kali.
2. Daya tanggap (*responsiveness*) adalah berkenaan dengan ketersediaan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
3. Jaminan (*assurance*) adalah berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan.
4. Empat (*empathy*) adalah perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasional yang nyaman.
5. Bukti fisik (*tangibles*) adalah berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas pelayanan, peralatan dan sumber daya manusia.

Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang aktual dengan kinerja produk yang diharapkan (Etta & Sopiah, 2013: 180) dan pengertian lain kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka tindakan yang dilakukan konsumen (Moha & Loindong, 2016: 577).

Keputusan pembelian didasarkan pada penilaian yang dibentuk mengenai nilai pemasaran yang dilakukan pemasar. Harapan konsumen didasarkan pada pengalaman pembelian masa lalu. Banyak perusahaan sukses sekarang ini karena berhasil memenuhi harapan konsumen akan kualitas dan pelayanan produk. Dari penjelasan diatas mempunyai kesamaan dengan pandangan ahli

lainnya yang akan dijelaskan di bawah ini, maka dapat disimpulkan bahwa indikator kepuasan pelanggan yang akan dijelaskan lebih rinci (Philip & Lane, 2008: 193) sebagai berikut:

1. Kinerja yaitu jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas dan senang.
2. Harga yaitu jika perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menurunkan harganya atau meningkatkan pelayanannya, mungkin laba akan menurun. Perusahaan mungkin dapat meningkatkan profitabilitasnya dengan cara lain selain peningkatan kepuasan.
3. Ekspektasi yaitu ekspektasi ini berasal dari pengalaman pembelian masa lalu, nasihat teman dan rekan, serta informasi dan janji pemasar dan pesaing.

Penelitian Terdahulu

Penelitian (Runtuwuu et al., 2014) Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna Café dan Resto Cabana Manado. Dari hasil penelitian ini kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna Café dan Resto Manado. Namun kualitas produk tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Penelitian (Lumenta, Mandey, & J, 2014) Harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Pos Indonesia (Persero) Manado. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Pos Indonesia (Persero) Manado. Metode analisis yang digunakan yaitu metode asosiatif dengan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan secara parsial kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

(Mahmud, Jusoff, & Hadijah, 2013) *The Effect of Service Quality and Price on Satisfaction and Loyalty of Customer of Commercial Flight Service Industry*. Tujuan

dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas dan harga pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian bahwaharga yang dibayarkan tidak tampak negative dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kualitas pelayanan yang positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian (Lumenta et al., 2014). Harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Pos Indonesia (Persero) Manado. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Pos Indonesia (Persero) Manado. Metode analisis yang digunakan yaitu metode asosiatif dengan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan secara parsial kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

METODE

Desain penelitian adalah rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh peneliti dalam pemilihan, pengumpulan, dan analisis data (Nur & Bambang, 2009: 249). Variabel independen adalah variabel bebas yang merupakan variabel yang dapat mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2012: 39) Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini lebih jelas akan dituangkan dibawah ini sebagai berikut : Harga dan kualitas pelayanan. Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, dan yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Sugiyono, 2012: 39)

Populasi adalah wilayah *generalisasi* yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011: 61). Populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam lainnya. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi

seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau objek yang diteliti itu. Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berada di kampung air Batam Center dan jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 154 KK (kepala keluarga). Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (Sugiyono, 2011: 62) (Sugiyono, 2011: 63). Pada penulisan skripsi ini menggunakan teknik *non probability* sampling. Adapun teknik penarikan atau menentukan jumlah sampel yang digunakan.

$$\pi = -\frac{N}{1+Ne^2} \quad \text{Rumus 3. 1 Rumus Slovin}$$

Sumber: (Juliansyah & Noor, 2012: 158)

Keterangan:

n = jumlah elemen/anggota sampel

N = jumlah elemen/anggota populasi

E = Error level (tingkat kesalahan) (catatan: umumnya digunakan 1% atau 0,01, atau 5% atau 0,05, dan 10%, atau 0,1 (catatan dapat dipilih oleh peneliti).

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji kualitas data, uji validitas, uji reliabilitas, asumsi klasik regresi (uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedestisitas), dan uji pengaruh (uji regresi berganda).

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berjumlah 111 responden, jumlah responden pria sebanyak 6 orang dengan persentase 5,4%. Dan jumlah responden wanita sebanyak 105 orang dengan persentase 94,6%. Hal ini menunjukkan bahwa responden wanita lebih besar dibanding dengan responden pria. Responden yang berusia 18-20 tahun berjumlah 0 orang dengan persentase 0, responden yang berusia 21-25 tahun berjumlah 0 orang dengan persentase 0 responden yang berusia 26-30 tahun berjumlah 12 orang dengan persentase 10,8%, dan responden yang berusia > 30 tahun berjumlah 99 orang dengan persentase 98,2%. Dengan demikian, mayoritas responden dalam penelitian ini berusia > 30 tahun. Responden yang berpendidikan terakhir SD berjumlah 4 orang dengan persentase 3,6%, responden yang berpendidikan terakhir SMP berjumlah 37 orang dengan persentase 33,3%, responden yang berpendidikan terakhir SMA/SMK/Sederajat berjumlah 69 orang dengan persentase 62,2% dan responden berpendidikan terakhir Diploma (D1, D2, D3) berjumlah 1 orang dengan persentase 0,9%. Dengan demikian, mayoritas responden dalam penelitian ini berpendidikan terakhir SMA. Responden yang masa berlangganan 0.5-1 tahun berjumlah 1 orang dengan persentase 0,9%, responden yang masa berlangganan 1-2 tahun berjumlah 42 orang dengan persentase 37,8 %, responden yang masa berlangganan >2,5 tahun berjumlah 68 orang dengan persentase 61,3%. Dengan demikian, mayoritas masa berlangganan responden dalam penelitian ini adalah >2,5 tahun.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Harga

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,690	0,1865	Valid
	X1.2	0,707		Valid
	X1.3	0,773		Valid
	X1.4	0,766		Valid
	X1.5	0,787		Valid
	X1.6	0,686		Valid
	X1.8	0,658		Valid
	X1.10	0,792		Valid

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

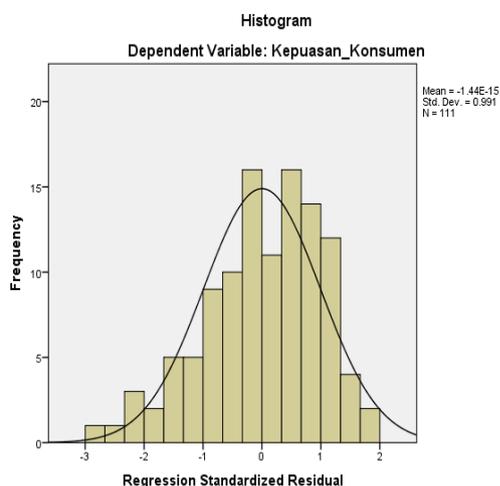
Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,747	0,1865	Valid
	X2.3	0,636		Valid
	X2.4	0,775		Valid
	X2.5	0,674		Valid
	X2.6	0,789		Valid
	X2.8	0,666		Valid
	X2.9	0,624		Valid
	X2.10	0,718		Valid

Tabel 3. Hasil Uji Realibilitas Variabel Dependen Dan Independen

No	Variabel	r tabel	Cronbach's Alpha	Keterangan	Kriteria
1	Kepuasan Konsumen	0.1865	0.792	Reliabel	Tinggi
2	Harga		0.875	Reliabel	Sangat Tinggi
3	Kualitas Pelayanan		0.854	Reliabel	Sangat Tinggi

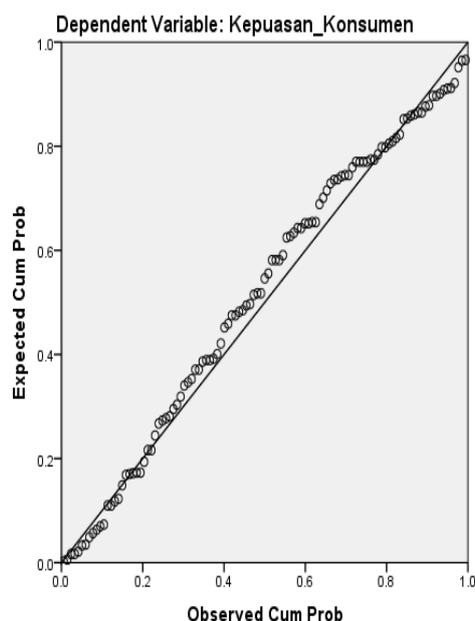
Sumber: Pengolahan Data SPSS 20 (2018)

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel apabila $r\ alpha$ positif dan $r\ alpha > r\ tabel$, $df = (\alpha, n-2)$. Berdasarkan tabel 4.13 diketahui bahwa variabel dependen dan indenpenden memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> r\ tabel$ yaitu variabel dependent 0,792 maka variabel tersebut dinyatakan reliabel dan variabel independen untuk (X1) nilai cronbach's alpha nya 0,875 dan (X2) nilai cronbach's Alpha nya 0,854.maka nilai keduanya reliabel (Wibowo, 2012: 52). Instrumen penelitian ini dapat dikatakan reliabel untuk digunakan sebagai alat ukur.



Gambar 2. Kurva Histogram

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 3. Normal P-Plot Regression Standarized Residual

Tabel 4. Hasil Uji Kolmogrov-Sminornov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		111
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.42459318
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.050
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.803
Asymp. Sig. (2-tailed)		.539

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Pengolahan Data SPSS 20 (2018)

Hasil uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan data residual terdistribusi normal, apabila $sig. 2-tailed > \alpha = 0,05$, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa pengujian nilai probability sig (2 tailed) sebesar 0,539 dan bisa dikatakan data berdistribusi normal (Wibowo, 2012: 72).

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antara variabel bebas

(independent). Cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan faktor inflasi varian (*Variance Inflation Factor/VIF*). Jika nilai VIF kurang dari 10, itu menunjukkan model tidak terdapat gejala multikolinearitas, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel bebas (Wibowo, 2012: 87)

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	.327	3.063
	Kualiatas_Pelayanan	.327	3.063

Sumber: Pengolahan Data SPSS 20 (2018)

Dapat diketahui bahwa nilai VIF untuk masing-masing variabel adalah sebesar 3.063. Nilai *tolerance* untuk masing-masing variabel adalah sebesar 0,327. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel bebas karena nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1.

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah keragaman dari selisih nilai

pengamatan dan pendugaan sama untuk semua nilai pendugaan Y atau apakah dalam model terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada pengamatan model regresi tersebut. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode Glejser atau uji Park Gleyser dan analisis grafik *scatterplot* (Wibowo, 2012: 93).

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
			Beta		

	(Constant)	-2.120E-015	1.405	.000	1.000
1	Harga	.000	.059	.000	1.000
	KualiatS_Pelayanan	.000	.068	.000	1.000

a. Dependent Variable: Abresid

Sumber: Pengolahan Data SPSS 20 (2018)

Suatu model dikatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas jika nilai probabilitas atau signifikansi lebih dari 0,05. Berdasarkan tabel 4.16 dapat diketahui bahwa nilai probabilitas atau signifikansi untuk masing-masing variabel adalah sebesar 1,000. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Uji regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen

yaitu harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Selanjutnya akan diketahui nilai persentase pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara simultan, juga akan dihasilkan persamaan regresi untuk hasil olahan data permasalahan penelitian. Hasil olah data untuk regresi linear berganda untuk semua variable.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients			T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	4.308	1.405	3.066	.003
1	Harga	.291	.059	4.883	.000
	KualitasS_Pelayanan	.325	.068	4.748	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

b.

Nilai konstan sebesar 4.308 berarti jika nilai variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) adalah nol, maka nilai dari variabel kepuasan kerja (Y) adalah sebesar 4,308. Nilai koefisien regresi untuk variabel harga adalah positif sebesar 0,291 dan hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel harga (X1), maka semakin tinggi nilai variabel kepuasan konsumen. Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan adalah positif sebesar 0,325 dan hal ini menunjukkan

bahwa semakin tinggi nilai variabel kualitas pelayanan (X2), maka semakin tinggi nilai variabel kepuasan konsumen.

Koefisien determinasi (R^2) menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari 1 variabel X) secara bersama-sama. Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) dapat dilihat pada tabel 4.21 hasil uji koefisien determinasi berikut ini:

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.840 ^a	.705	.700	1.438

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan_Kosumen

Sumber: Pengolahan Data SPSS 20 (2018)

Dapat dilihat bahwa nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,705 atau sebesar 70,5%. Hal ini berarti variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas pelayanan sebesar 70,5% dimana bisa disebut cukup tinggi karena lebih besar dari 50% karena adanya hubungan yang erat antara

harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya sebesar 29,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Uji-t bertujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai rata-rata suatu populasi. Nilai t hitung akan dibandingkan dengan nilai t tabel dengan taraf kesalahan tertentu dengan

ketentuan: Jika $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Tabel 9. Hasil Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.308	1.405		3.066	.003
Harga	.291	.059	.446	4.883	.000
Kualitas_Pelayanan	.325	.068	.434	4.748	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: Pengolahan Data SPSS 20 (2018)

1. Hipotesis 1 menyatakan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dapat dilihat dari tabel di atas bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dikatakan berpengaruh positif karena nilai t untuk variabel harga adalah positif sebesar 4,883. Dikatakan signifikan karena nilai signifikansi dari variabel harga sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai α 0,05 dan nilai t hitung sebesar 4,883 lebih besar dari nilai t tabel 1,98197 (lihat pada lampiran). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima.

2. Hipotesis 2 menyatakan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dapat dilihat dari tabel di atas bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dikatakan berpengaruh positif karena nilai t untuk variabel kualitas pelayanan adalah positif sebesar 4,748. Dikatakan signifikan karena nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai α 0,05 dan nilai t hitung sebesar 4,748 lebih besar dari nilai t tabel 1,98197 (lihat pada lampiran). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima.

Uji-F dilakukan dengan tujuan menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Nilai F hitung akan dibandingkan dengan nilai F tabel dengan dk pembilang $(m - 1)$ dan dk penyebut $(N - 1)$ dengan ketentuan:

1. Jika $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil uji-F untuk penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Untuk hipotesis 3 yang menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dapat dilihat dari tabel di atas bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dikatakan signifikan karena nilai signifikansi dari variabel harga dan kualitas pelayanan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai α 0,05 dan nilai F hitung sebesar 129,331 lebih besar dari nilai F tabel 3,08 (lihat pada lampiran). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan dan diuji pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat ditunjukkan oleh nilai t hitung 4,883 $>$ t tabel 1,98197 dan nilai signifikan 0,000 $<$ 0,05. Artinya harga (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat ditunjukkan oleh nilai dimana t hitung = 4,748 $>$ t tabel =1,98197 dan nilai signifikan 0,000 $<$ 0,05. Artinya kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
3. Harga dan Kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pengguna air bersih masyarakat kampung air Batam Center. Hasil dari hasil uji F (simultan) dengan memperlihatkan nilai F hitung sebesar 129,331 $>$ F tabel

sebesar 3,0864 Dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, I., & Satrio, B. (2012). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol.4(No.12), Hlm.15.
- Cristo, M., Saerang, D., & Worang, F. (2017). THE INFLUENCE OF PRICE, SERVICE QUALITY, AND PHYSICAL ENVIRONMENT ON CUSTOMER SATISFACTION. CASE STUDY MARKOBAR CAFE MANDO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 678–686. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emb/article/view/15962/15477>
- Etta, S. mamang, & Sopiah. (2013). *PERILAKU KONSUMEN Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. (Nikoemus, Ed.). Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Juliansyah, & Noor. (2012). *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah* (Pertama). Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Khan, M. M., & Fasih, M. (2014). Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty: Evidence from Banking Sector. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 8(2), 331–354.
- Lumenta, D. J., Mandey, S. L., & J, R. J. (2014). HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT. POS INDONESIA (PERSERO) MANADO. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1550–1562.
- Mahmud, A., Jusoff, K., & Hadijah, S. T. (2013). The effect of service quality and price on satisfaction and Loyalty of Customer of commercial flight service industry. *World Applied Sciences Journal*, 23(3), 354–359. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2013.23.03.13052>
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL YUTA DI KOTA MANADO THE. *Jurnal EMBA*, 4(1), 575–584.
- Nur, I., & Bambang, S. (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akutansi Dan Manajemen* (pertama). Yogyakarta: BPEE-YOGYAKARTA.
- Philip, K., & Lane, K. K. (2008). *Manajemen Pemasaran*. (M. Adi & H. Wibi, Eds.) (tiga belas). Jakarta: Erlangga.
- Runtunuwu, J. G., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1803–1813.
- sugiyono. (2011). *statistik untuk penelitian* (18th ed.). yogyakarta: alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. BANDUNG: ALFABETA.
- Sunyoto, D. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen* (Pertama). Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Tjiptono1, F. (2008). *SERVICE MANAJEMEN Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Tjiptono, F. (2014). *PEMASARAN JASA Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. (ANDI, Ed.). Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Wibowo, agung E. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian* (1st ed.). yogyakarta: Gava Media.
- Wijaya, C. V. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *AGORA*, 5(1)