

Jurnal Nasional 29

by Darwin Lie

Submission date: 06-Oct-2022 01:13PM (UTC+1100)

Submission ID: 1917842258

File name: Jurnal_Nasional_29.pdf (451.72K)

Word count: 5807

Character count: 37448

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PERCETAKAN ANEKA JAYA PEMATANGSIANTAR

Oleh:

Eva Agustina

S1 Manajemen

Darwin Lie, Marisi Butarbutar, Nana Triapnita Nainggolan

Abstrak

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut: 1. Kualitas produk sudah baik, pelanggan setuju atas harga dan kepuasan pelanggan sudah puas. 2. Kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. 3. Terdapat hubungan yang kuat dan positif antara kualitas produk dan harga Terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian tinggi rendahnya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan harga. 4. Hipotesis H_0 ditolak, artinya kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar baik secara simultan maupun parsial.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Pelanggan

Abstract

The results of this study can be summarized as namely: 1. The quality of the product is good, the customer agrees that the price and satisfaction of the customer are satisfied. 2. Product quality and price have a positive effect on customer satisfaction in Aneka Jaya Pematangsiantar Printing. 3. There is a high and positive relationship between product quality and price to customer satisfaction. Then the high and low customer satisfaction can be explained by product quality and price. 4. H_0 hypothesis is rejected, meaning that product quality and price have a positive and significant effect on customer satisfaction in Aneka Jaya Pematangsiantar Printing both simultaneously and partially.

Keywords: Product Quality, Price and Customer Satisfaction

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Dalam era bisnis saat ini, tingkat persaingan usaha di Indonesia sangat ketat karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Salah satu bisnis usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis jasa percetakan. Kepuasan pelanggan menjadi peran penting dalam keberhasilan dari sebuah usaha.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan perilaku konsumen berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakan kinerja produk dibandingkan dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Menurut Tjiptono dan

Gregorius (2011:287), kepuasan pelanggan dalam meraih skor tertinggi indeks kepuasan pada peningkatan kepedulian produsen dan konsumen berbagai macam barang atau jasa terhadap pentingnya kepuasan pelanggan.

Untuk mencapai hal itu, Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar sebelumnya merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang produk atau jasa percetakan. Jasa yang ditawarkan antara lain foto *copy*, *print*, mencetak undangan, pas photo, spanduk, *laminating*, *scan*, sablon kaos, sertifikat, dan menjual ATK (alat tulis kantor) baik eceran maupun grosir. Untuk mempertahankan penjualan Percetakan Aneka Jaya perlu memperhatikan kepuasan pelanggannya. Dimensi kepuasan pelanggan

ada 2 (dua) yaitu kenyamanan prosedur dan dukungan konsumen.

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada pelanggan Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar tentang kepuasan pelanggan dapat dilihat adalah dimensi kenyamanan prosedur, fenomena yang terjadi yaitu kurang nyamannya konsumen pada saat proses pemesanan produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini ruang tunggu bagi konsumen yang belum dilayani tidak disediakan seperti kursi untuk tempat duduk sehingga konsumen harus menunggu antrian. Sedangkan hal lain dapat dilihat pada dimensi dukungan konsumen, fenomena yang terjadi yaitu pelanggan masih cukup puas dengan kualitas desain yang dihasilkan oleh karyawan sehingga pelanggan menceritakan kepada konsumen lain tentang hasil desainnya.

Salah satu hal yang menentukan kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptono (2008:96), dalam merencanakan penawaran atau produk pemasar perlu memahami tingkatan produk seperti produk utama atau inti yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan disetiap produk. Ada 3 (tiga) dimensi dari kualitas produk yaitu kinerja, daya tahan dan kemampuan pelayanan.

Berdasarkan wawancara penulis kepada pemilik perusahaan dari dimensi kualitas produk pada dimensi kemampuan pelayanan (*serviceability*), fenomena yang terjadi yaitu kurangnya keramahan pada karyawan saat melakukan pembelian dan pelayanan yang diberikan karyawan masih kurang cepat saat melayani konsumennya dan kurang telitinya dalam bekerja. Untuk dimensi daya tahan (*durability*), fenomena yang terjadi karena masa pakai produk cetak undangan hanya untuk sekali pakai dan tidak bertahan lebih lama, hal ini disebabkan untuk jenis produk undangan tidak setiap harinya pelanggan mencetak undangan. Untuk dimensi kinerja (*performance*), fenomena yang terjadi yaitu kurang aktifnya dalam mendesain dan masih dikatakan kurang optimalnya karyawan dalam bekerja sehingga kecepatan dalam bekerja masih kurang memuaskan.

Selain kualitas produk, harga juga menjadi salah satu hal yang menentukan kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler dan Gary (2008:345), jumlah nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa. Pada umumnya konsumen akan memilih produk yang akan memiliki harga yang sebanding dengan manfaat yang akan diterima. Ada 3 (tiga) dimensi harga yaitu keterjangkauan harga, diskon/potongan harga dan cara pembayaran.

Dimensi harga terdiri dari keterjangkauan harga, fenomena yang terjadi yaitu Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar masih menjual beberapa jenis produk yang harganya tidak sebanding dengan kualitas dari produk tersebut. Hal ini disebabkan harga yang ditawarkan masih terlalu mahal. Pada dimensi diskon/potongan harga, fenomena yang terjadi yaitu untuk pelanggan tetap Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar tidak ada diskon setiap pembelian sedikit akan tetapi untuk pelanggan yang sering datang ke Percetakan dengan membeli produk jumlah banyak akan mendapatkan diskon sesuai pengurangan harga yang dibeli. Pada dimensi cara pembayaran, fenomena yang terjadi yaitu pelayanan dalam bentuk pembayaran belum ada dan kurang cepatnya dalam hal merespon keluhan pelanggan pada saat melakukan pembayaran secara cepat dan efisien.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dilihat dimana kualitas produk menurun yang disebabkan konsumen tidak memutuskan untuk membeli tetapi mempertimbangkan harga yang ingin dibeli, serta kurangnya minat membeli konsumen yang dilakukan. dalam hal ini, bahwa kualitas produk dan harga masih memiliki kesenjangan sehingga kurang dalam mencapai kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar, maka dari itu penulis melakukan penelitian di objek tersebut.

2. Rumusan Masalah

a. Bagaimana gambaran kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar.

- b. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar.

3. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui gambaran kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar.

4. Metode Penelitian

Adapun desain penelitian yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*) dan penelitian lapangan (*Field Research*). Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode kuisioner, metode wawancara, metode dokumentasi dan metode observasi.

B. LANDASAN TEORI

1. Manajemen dan Manajemen Pemasaran

Menurut Daft (2009:6), “manajemen adalah pencapaian tujuan organisasi melalui cara yang efektif dan efisien menggunakan perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian sumber daya organisasi”. Sedangkan menurut Fahmi (2011:2), “manajemen adalah ilmu yang mempelajari secara menyeluruh tentang bagaimana mengarahkan dan mengelola orang-orang dengan berbagai latar belakang yang berbeda-beda dengan tujuan yang diinginkan”.

Menurut Tjiptono (2008:16) “manajemen pemasaran merupakan bentuk perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penentuan harga, promosi, dan distribusi barang, jasa, serta gagasan untuk menciptakan pertukaran kelompok sasaran untuk memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi”.

Sedangkan menurut Kotler dan Kevin (2009:7), “manajemen pemasaran adalah suatu seni dan ilmu memilih pasar sasaran, mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul”.

2. Kualitas Produk

Menurut Mowen dan Michael (2002:90), “kualitas produk adalah sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang dan jasa”.

Menurut Tjiptono (2008:213), “kualitas produk didefinisikan sebagai perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memahami kebutuhannya”. Sedangkan menurut Kotler dan Gary (2008:272), “kualitas produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan baik ke pasar nasional maupun internasional untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan”.

Menurut Kotler dan Gary (2008:347), adapun dimensi dari kualitas produk yang dapat digunakan adalah sebagai berikut :

- Kinerja (*performance*), yaitu berkaitan dengan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik penting yang dipertimbangkan oleh pelanggan ketika ingin membeli suatu produk.
- Keistimewaan (*features*), yaitu merupakan aspek kedua dari performa yang menambah fungsi dasar berkaitan dengan pilihan-pilihan dengan perkembangannya.
- Kehandalan (*reliability*), yaitu berkaitan dengan kemungkinan suatu produk melaksanakan fungsinya secara berhasil dalam periode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu.
- Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), yaitu bagaimana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.
- Daya tahan (*durability*), yaitu ukuran masa pakai suatu produk, berkaitan dengan daya tahan produk itu.
- Kemampuan pelayanan (*serviceability*), yaitu merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, keramahan atau kesopanan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.

- g. Estetika (*aesthetics*), yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, seperti bentuk fisik, warna dan sebagainya.
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya dalam mengkonsumsi produk tersebut.

3. Harga

Menurut Kotler dan Gary (2008:345), "harga didefinisikan sebagai sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, dan jumlah dari nilai yang ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa".

Menurut Tjiptono (2008:151), "harga adalah suatu bagian unsur bauran pemasaran yang memberi pemasukan dan pendapatan bagi perusahaan, dari ketiga unsur lainnya (produk, distribusi dan promosi), oleh sebab itu timbulnya biaya (pengeluaran)". Sedangkan menurut Hasan (2013:521), "konsep harga bagi konsumen merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk".

Menurut Kotler dan Gary (2008:452), harga dapat diukur dengan beberapa dimensi, yaitu :

a. Keterjangkauan Harga

Keterjangkauan harga merupakan harga sesungguhnya dari suatu produk yang tertulis disuatu produk yang harus dibayarkan oleh pelanggan. Maksudnya adalah pelanggan cenderung melihat harga akhir dan memutuskan akan menerima nilai yang baik seperti yang diharapkan.

b. Diskon/Potongan Harga

Diskon adalah potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembelian yang menyenangkan bagi penjual.

c. Cara Pembayaran

Cara pembayaran sebagai prosedur dan mekanisme pembayaran suatu produk atau jasa sesuai ketentuan yang ada. Kemudahan dalam melakukan

pembayaran dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangan bagi nasabah dalam melakukan keputusan pembelian, karena jika fasilitas pembayaran tersebut masih kurang memadai atau tidak memudahkan pelanggan, maka hal itu dapat mengakibatkan masalah baru kepada nasabah.

4. Kepuasan Pelanggan

Menurut Lovelock dan Laurence (2007:103), "kepuasan pelanggan adalah pelanggan yang mengalami berbagai tingkat kepuasan atau tidak kepuasan setelah mengalami masing-masing jasa sesuai untuk sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau terlampaui". Sedangkan menurut Kotler dan Gary (2008:16), "kepuasan pelanggan adalah tingkatan dimana kinerja anggapan produk sesuai dengan ekspektasi pembeli".

Menurut Tjiptono dan Gregorius (2011:292), "kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah penggunaannya".

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:192), ada 4 (empat) faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen yaitu:

a. Kualitas Produk atau Jasa

Yaitu pelanggan akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk atau jasa yang mereka gunakan berkualitas.

b. Harga Produk

Yaitu yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai tinggi kepada pelanggannya.

c. Kenyamanan Prosedur

Yaitu pelanggan akan merasa semakin puas jika dalam mendapatkan prosedur pelayanan relatif mudah, nyaman, dan efisien.

d. Dukungan Konsumen

Yaitu konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan produk maupun jasa yang

cenderung mempunyai kepuasan yang didapatkan dari pelayanan tertentu. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk atau jasa, tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas dengan merek ataupun pelayanan tertentu.

5. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan yang ditawarkan perusahaan untuk diperhatikan oleh konsumen. Menurut Kotler dan Kevin (2009:144), “kepuasan tergantung oleh kualitas produk perusahaan, karena jika semakin tinggi tingkat kualitas produk maka semakin tinggi kepuasan konsumen yang dihasilkan”.

Agar dapat bersaing dan berkembang perusahaan dituntut untuk mampu memberikan produk yang berkualitas agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan produk dan jasa yang tidak memenuhi kualitas maka akan dengan sangat mudah ditinggalkan pelanggan dan beralih kepesaing lain. Untuk menghindari hal tersebut tentunya akan mengutamakan perluasan produk dan kualitas produk yang berorientasi pada keputusan pembelian.

6. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen agar konsumen dapat membeli produk tersebut. Menurut Kotler dan Kevin (2009:76), “harga sering ditetapkan untuk memuaskan permintaan dan mencerminkan premi yang bersedia dibayarkan konsumen untuk sebuah produk maupun jasa”.

Banyaknya konsumen memberikan harga sebagai nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan harga yang lebih murah dari pesaing akan membuat pelanggan puas.

7. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Simultan

Harga adalah satuan nilai yang diberikan pada suatu kondisi sebagai informasi kontraprestasi dari produsen. Di dalam buku tentang teori ekonomi disebut bahwa harga suatu barang atau jasa yang pasarnya kompetitif, maka tinggi rendahnya harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran pasar. Tjiptono (2008:96), “hal ini dalam menawarkan suatu kualitas produk pemasar perlu memahami tingkatan produk yaitu produk utama dan inti yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan akan dikonsumsi oleh pelanggan disetiap produk”.

Menurut Kotler dan Gary (2008:345), “jumlah nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa. Pada umumnya konsumen akan memilih produk yang akan memiliki harga yang sebanding dengan manfaat yang akan diterima”.

Dari penjelasan teori tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan dapat disimpulkan bahwa pengalaman konsumen setelah merasakan dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa dan harga yang telah disediakan oleh pemasar untuk memuaskan pelanggan.

C. PEMBAHASAN

1. Analisis

a. Deskriptif Kualitatif

Analisis deskriptif kualitatif dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran atau deskripsi mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. Adapun kuesioner diolah, maka nilai-nilai jawaban dari setiap data responden dibagi menjadi beberapa kelas interval.

Tabel 1
Nilai Interval dan Kategori Jawaban Responden

Nilai Interval	Kategori		
	Kualitas Produk	Harga	Kepuasan Pelanggan
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Puas	Sangat Tidak Puas	Sangat Tidak Puas
1,81 – 2,60	Tidak Puas	Tidak Puas	Tidak Puas
2,61 – 3,40	Cukup Puas	Cukup Puas	Cukup Puas
3,41 – 4,20	Puas	Puas	Puas
4,21 – 5,00	Sangat Puas	Sangat Puas	Sangat Puas

Sumber: pengolahan Data (2018)

1) Gambaran Kualitas Produk pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar

Untuk dimensi kinerja (*performance*) pada indikator hasil cetakan produk memiliki nilai rata-rata 4,07 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini disebabkan Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar mencetak dengan *print* Epson khusus mencetak undangan dengan tampilan tinta yang cukup bagus dan proses mencetak cukup lama untuk menghasilkan desain yang memuaskan. Pada indikator pertimbangan konsumen memiliki nilai rata-rata 3,77 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini disebabkan Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar konsumen mempertimbangkan dulu sebelum membeli produk undangan misalnya dalam hal bentuk undangan seperti memakai adat batak, adat jawa atau dalam bentuk gambar lainnya sesuai dengan keinginan pelanggan. Pada indikator kecepatan dalam mendesain produk memiliki nilai rata-rata 3,37 dengan kriteria jawaban cukup puas. Hal ini disebabkan Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar kurang aktif dalam mendesain hasil undangan dan karyawan masih dikatakan kurang optimal dalam bekerja.

Untuk dimensi daya tahan (*durability*) pada indikator daya tahan produk memiliki nilai rata-rata 3,27 dengan kriteria jawaban cukup baik. Hal ini disebabkan Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar disebabkan mencetak undangan dibuat dari jenis kertas *art paper jasmine* (kertas HVS berwarna) jadi mudah luntur ketika terkena air dan hasilnya tidak memuaskan. Pada indikator masa pakai produk memiliki nilai rata-rata

4,17 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini disebabkan Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar memiliki masa pakai undangan yang baik dan kualitas yang bagus sehingga konsumen bisa memilih bentuk-bentuk undangan sesuai keinginan konsumen. Pada indikator cara pemakaian produk memiliki nilai rata-rata 3,87 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini disebabkan Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar cara pemakaiannya undangan sangat mudah, tidak ribet sehingga konsumen tidak akan kecewa dengan hasilnya dan konsumen menceritakan hasil undangannya kepada keluarga atau orang lain.

Untuk dimensi kemampuan pelayanan (*serviceability*) pada indikator kecepatan pelayanan memiliki nilai rata-rata 3,37 dengan kriteria jawaban cukup puas. Hal ini disebabkan Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar kurangnya pelatihan kerja yang diberikan kepada karyawan sehingga tidak ada kerjasama antara pimpinan dan karyawan. Pada indikator kompetensi pelayanan memiliki nilai rata-rata 3,97 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini disebabkan Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar memiliki pengetahuan dan keahlian dibidang masing-masing karyawan sehingga efektif dan efisien dalam berkompetensi. Pada indikator keramahan memiliki nilai rata-rata 3,33 dengan kriteria jawaban cukup puas. Hal ini disebabkan Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar karyawannya masih belum bersikap ramah kepada konsumen sehingga konsumen merasa tidak disambut dengan baik dan kurang ramahnya antara pelanggan dan pimpinan sehingga tidak ada komunikasi yang baik.

2) Gambaran Harga pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar

Untuk dimensi keterjangkauan harga pada indikator tingkat harga yang ditawarkan berdasarkan daya beli memiliki nilai rata-rata 3,27 dengan kriteria jawaban cukup puas. Hal ini disebabkan harga sesuai minat konsumen seperti mencetak undangan dengan memakai ketentuan misalnya konsumen mencetak 100 lembar harga yang diberi sebesar 1000, untuk mencetak 300

lembar harga yang diberi sebesar 700 dan masih menjual beberapa jenis produk yang harganya tidak sebanding dengan kualitas dari produk tersebut. Pada indikator penentuan harga memiliki nilai rata-rata 3,83 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini disebabkan harga yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan konsumen membeli. Pada indikator keterjangkauan harga memiliki nilai rata-rata 3,80 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini disebabkan karena rata-rata produk yang ditawarkan adalah harga yang sesuai dengan kualitas yang dihasilkan.

Untuk dimensi diskon/potongan harga pada indikator diskon memiliki nilai rata-rata 3,30 dengan kriteria jawaban cukup puas. Hal ini disebabkan pelanggan Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar karena untuk pelanggan tetap tidak ada diskon setiap pembelian sedikit. Pada indikator penghargaan memiliki nilai rata-rata 3,67 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini dikarenakan Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar memberikan *reward* atau penghargaan kepada pelanggan yang sering berbelanja seperti bingkisan atau *parcel* saat menjelang hari besar nasional dan tahun baru. Pada indikator pemberian bonus memiliki nilai rata-rata 3,67 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini dikarenakan pelanggan memperoleh keuntungan berupa *souvenir* pada saat melakukan transaksi pembelian, setiap melakukan pembelian berulang-ulang dan sudah menjadi pelanggan tetap di Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar.

Untuk dimensi cara pembayaran pada indikator fasilitas pembayaran memiliki nilai rata-rata 3,27 dengan kriteria jawaban cukup puas. Hal ini disebabkan karena pelayanan dalam bentuk pembayaran belum ada dan kurang cepat dalam hal merespon keluhan pelanggan pada saat melakukan pembayaran ditempat. Pada indikator pembayaran secara tunai memiliki nilai rata-rata 3,83 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini disebabkan pembayaran secara tunai dilakukan langsung kepada pimpinan dan tidak melalui perantara (kasir) sehingga dapat membuat konsumen merasa lebih nyaman saat melakukan transaksi. Pada

indikator prosedur pembayaran memiliki nilai rata-rata 3,77 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini dikarenakan pelanggan sangat terbantu pada saat melakukan transaksi pembelian dengan tunai.

3) Gambaran Kepuasan Pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar.

Untuk dimensi kenyamanan prosedur pada indikator prosedur pelayanan memiliki nilai rata-rata 3,90 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini disebabkan pelanggan Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar disambut dengan baik dan disediakan atau diberikan air mineral saat melakukan transaksi pembelian. Pada indikator kualitas pelayanan memiliki nilai rata-rata 3,80 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini disebabkan penampilan karyawan saat melayani pelanggan menarik dan tidak membosankan ketika bertransaksi atau membeli produk. Pada indikator kenyamanan yang disediakan memiliki nilai rata-rata 3,33 dengan kriteria jawaban cukup puas. Hal ini disebabkan tidak tersedianya tempat ruang tunggu atau tempat parkir di Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar sehingga konsumen merasa kurang nyaman ketika menunggu saat dilayani.

Untuk dimensi dukungan konsumen pada indikator tanggapan konsumen terhadap penggunaan produk memiliki nilai rata-rata 3,37 dengan kriteria jawaban cukup puas. Hal ini disebabkan masih kurangnya variasi warna dari undangan dan kualitas produk tertentu yang diinginkan konsumen sehingga membuat konsumen merasa bosan terhadap produk. Pada indikator tanggapan orang lain tentang penggunaan produk memiliki nilai rata-rata 3,57 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini disebabkan orang lain merasa ikut puas atas pembelian cetakan undangan yang banyak motifnya, karena pelayanan yang diberikan dengan baik dan konsumen menceritakan hasil yang didapat dari Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar kepada orang lain sehingga akan lebih meningkatkan lagi kualitas produk.

Pada indikator citra perusahaan memiliki nilai rata-rata 3,63 dengan kriteria

jawaban puas. Hal ini disebabkan Citra konsumen yang positif terhadap suatu merek lebih memungkinkan konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Konsumen terkesan yang dibangun dari semua komponen perusahaan seperti kualitas produk, jenis produk yang dihasilkan, perilaku karyawan, pengalaman konsumen dan Diharapkan dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa bahkan menjadi pelanggan tetap.

b. Deskriptif Kuantitatif

1) Regresi Linear Berganda

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), dimana X adalah kualitas produk, harga dan Y adalah kepuasan pelanggan.

Analisis dijalankan dengan melakukan tabulasi jawaban responden pada kuesioner yang telah dijalankan. Maka dilakukan perhitungan dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 21 untuk memperoleh nilai a dan b sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	1,057	3,227	
1 K. Produk	,284	,127	,401
Harga	,343	,142	,433

a. *Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan*
Sumber: hasil pengolahan kuesioner dengan SPSS versi 21 (2018)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 2 diperoleh model persamaan $\hat{Y} = 1,057 + 0,284X_1 + 0,343X_2$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar.

a) Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Koefisien korelasi dan determinasi dilakukan perhitungan korelasi berupa kedalaman hubungan fungsional yang menjelaskan hubungan antar perubahan. Nilai

R dapat dihitung menggunakan SPSS versi 21.

Tabel 3
Hasil Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,778 ^a	,605	,576	1,724

a. *Predictors: (Constant), Harga, K. Produk*

b. *Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan*

Sumber: hasil pengolahan kuesioner dengan SPSS versi 21 (2018)

Berdasarkan hasil koefisien korelasi pada tabel 3 di atas diperoleh nilai $r = 0,778$, yang artinya terdapat hubungan yang kuat dan positif antara kualitas produk dan harga dengan kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar, sesuai dengan kriteria koefisien korelasi.

Kemudian diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) = 0,605, artinya tinggi rendahnya kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar sebesar 60,5% dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan harga, sedangkan sisanya sebesar 39,5% dipengaruhi oleh faktor lain seperti saluran promosi, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan dan sebagainya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

b) Pengujian Hipotesis

1. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan secara simultan yaitu dilakukan untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis, pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel kualitas produk dan harga yang diuji berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jika $F_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak. Untuk menguji kebenarannya maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 21. Berikut ditampilkan tabel mengenai perkiraan nilai F_{hitung} yaitu:

Tabel 4

Perkiraan Nilai F_{hitung}

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	122.919	2	61.459	20.670	.000 ^b
Residual	80.281	27	2.973		
Total	203.200	29			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Sumber: hasil pengolahan kuesioner dengan SPSS versi 21 (2018)

Berdasarkan tabel 4 di atas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 20,670 sedangkan F_{tabel} dengan (0,05;2 vs 27) sebesar 3,35 atau taraf signifikansi $0,000 < \alpha 0,05$, maka H_0 ditolak, artinya kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar.

2. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan secara parsial yaitu dilakukan untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis, pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel kualitas produk dan harga uang diuji berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan kriteria jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikansi $\leq \alpha 0,05$ maka H_0 ditolak adapun pengujian t_{hitung} dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5

Perkiraan Nilai t_{hitung}
Coefficients^a

Model	t	Sig.
(Constant)	.328	.746
1 Kualitas Produk	2,243	0,33
Harga	2,421	0,22

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: hasil pengolahan kuesioner dengan SPSS versi 21 (2018)

Berdasarkan tabel 5 di atas, diperoleh nilai t_{hitung} pada variabel X_1 (kualitas produk) sebesar 2,243 > t_{tabel} dengan $df = n - k - 1$ (30-2-1=27) sebesar 2,051 atau taraf signifikansi $0,033 < \alpha 0,05$, maka H_0 ditolak, artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar.

Kemudian nilai t_{hitung} pada variabel X_2 (harga) sebesar 2,421 > t_{tabel} dengan $df = n - k - 1$ (30-2-1=27) sebesar 2,051 atau taraf signifikansi $0,022 < \alpha 0,05$, maka H_0 ditolak, artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar.

2. Evaluasi

a. Kualitas Produk pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar

Kualitas produk memiliki kaitan yang erat dengan harga dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Dengan adanya kualitas produk yang baik maka pelanggan akan tertarik untuk membeli produk dan merasa puas terhadap apa yang dibelinya. Kualitas produk yang ada pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar dapat dikatakan baik, hal ini dapat dilihat dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden yang secara keseluruhan diperoleh nilai rata-rata 3,69 dengan kriteria jawaban puas. Dari perhitungan rata-rata jawaban pelanggan diperoleh nilai puas, namun ada beberapa aspek yang walaupun dinilai baik tetapi nilainya masih dibawah rata-rata dari indikator-indikator lain.

Dimensi pertama paling rendah adalah kinerja (*performance*) pada indikator kecepatan dalam mendesain produk pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar memperoleh nilai di bawah rata-rata 3,37 dengan kriteria cukup puas. Cara memperbaikinya adalah Pimpinan Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar sebaiknya lebih memperhatikan karyawan dalam mendesain cetak undangan sehingga hasilnya bisa memuaskan dan memperhatikan karyawan agar tidak terjadi kelalaian dalam bekerja.

Selanjutnya pada dimensi daya tahan pada indikator daya tahan produk yang ditawarkan kepada pelanggan memperoleh nilai di bawah rata-rata 3,27 dengan kriteria jawaban cukup puas. Cara memperbaikinya adalah perusahaan sebaiknya menggunakan bahan-bahan yang berkualitas untuk menghasilkan produk yang berkualitas seperti : kertas, tinta, dan mesin cetaknya.

Selanjutnya pada dimensi kemampuan pelayanan pada indikator kecepatan

pelayanan yang diberikan karyawan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar kepada pelanggan memperoleh nilai dibawah rata-rata 3,37 dengan kriteria jawaban cukup puas. Cara memperbaikinya dengan cara memberikan pelatihan kerja kepada setiap karyawan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang memuaskan. Pada indikator yang terakhir keramahan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,33 dengan kriteria jawaban cukup puas. Cara memperbaikinya adalah pimpinan lebih konsisten atas usahanya sendiri, melihat keadaan usahanya agar tidak kehilangan pelanggan dan saling terbuka sesama karyawan atas saran atau masukan dari pembeli.

b. Harga pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki produk tersebut. Penetapan harga tidak hanya sekedar perkiraan saja, nilai pengganti suatu barang, untuk itu barang harus disesuaikan dengan kegunaan barang tersebut untuk pelanggan.

Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar menerapkan kebijakan penetapan harga yang merupakan keputusan penting untuk penjualan produk kedepannya. Secara keseluruhan pelanggan menilai harga sesuai dengan kemampuan mereka untuk melakukan transaksi pembelian dimana harga disesuaikan dengan kualitas produk yang akan mereka beli. Dapat dilihat dari hasil kuisioner yang dibagikan kepada responden mendapat nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,60 dalam kriteria jawaban puas. Namun ada beberapa aspek walaupun dinilai puas tetapi masih ada yang dinilai di bawah rata-rata dari indikator-indikator lain.

Dimensi keterjangkauan harga pada indikator tingkat harga yang ditawarkan berdasarkan daya beli yang memperoleh nilai terendah 3,27 dengan kriteria jawaban cukup puas. Cara memperbaikinya adalah dapat ditingkatkan lagi dengan menurunkan harga produk tersebut sesuai dengan harga

percetakan lainnya atau harga pasar sehingga konsumen tidak mempertimbangkan harga-harga yang ingin dibeli sesuai minat konsumen.

Selanjutnya pada dimensi diskon/potongan harga pada indikator diskon/potongan harga memperoleh nilai terendah 3,30 dengan kriteria jawaban cukup puas. Cara memperbaikinya adalah dapat diatasi dengan memberikan diskon/potongan harga setiap pembelian produk yang lebih berkualitas dan bermanfaat sehingga para pelanggan tidak kecewa terhadap diskon yang diberikan.

Selanjutnya pada dimensi cara pembayaran pada indikator fasilitas pembayaran memperoleh nilai terendah 3,27 dengan kriteria jawaban cukup puas. Cara memperbaikinya adalah dengan cara memberikan fasilitas tambahan berupa tempat kasir yang baru sehingga konsumen merasakan kemudahan dalam melakukan pembayaran secara cepat dan efisien.

c. Kepuasan Pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar

Kepuasan pelanggan merupakan kunci keberhasilan perusahaan. Hal itu mengingat dengan konsumen puas, maka konsumen tersebut akan melakukan pembelian ulang. Tingkat kepuasan juga sangat subyektif dimana satu konsumen dengan konsumen lain akan berbeda pendapat. Tingkat kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar sudah baik. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,60 dengan kriteria jawaban puas.

Pada dimensi kenyamanan prosedur dengan indikator kenyamanan pada saat melakukan pembelian diperoleh nilai rata-rata 3,33 dengan kriteria jawaban cukup puas. Cara memperbaikinya adalah dapat diatasi dengan lebih meningkatkan pelayanan dengan baik seperti menambah fasilitas ruang tunggu dan tempat parkir yang ada dan tidak hanya memberikan pelayanan yang baik untuk konsumen tetapi memberikan kenyamanan untuk konsumen dan masyarakat.

Pada dimensi dukungan konsumen dengan indikator tanggapan konsumen penggunaan produk diperoleh nilai rata-rata 3,37 dengan kriteria jawaban cukup puas. Cara meningkatkannya sebaiknya Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar menyediakan variasi produk yang terbaru dengan kualitas dan manfaat yang baik bagi setiap konsumen sehingga variasi produk yang ditawarkan memiliki nilai tambah masing-masing.

Pada dimensi dukungan konsumen dengan indikator tanggapan orang lain mengenai produk masih diperoleh nilai rata-rata terendah 3,57 dengan kriteria jawaban puas. Cara memperbaikinya adalah Pimpinan Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar sebaiknya memperhatikan produk-produk yang berkualitas tinggi sehingga bisa memuaskan konsumen dan pelanggan.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

- a. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang kualitas produk baik dari segi kinerja (*performance*), daya tahan (*durability*) dan kemampuan pelayanan (*serviceability*) berada pada rata-rata keseluruhan sebesar 3,69. Kemudian nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,17 pada dimensi daya tahan dengan indikator masa pakai produk sesuai dengan harapan konsumen. Sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,27 pada dimensi daya tahan dengan indikator daya tahan produk pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar.
- b. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang harga baik dari segi keterjangkauan harga, diskon/potongan harga dan cara pembayaran berada pada rata-rata keseluruhan sebesar 3,60. Kemudian nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,83 pada dimensi keterjangkauan harga dan cara pembayaran dengan keterjangkauan harga yang diberikan kepada pelanggan dan pembayaran yang dilakukan secara tunai. Sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,27 pada dimensi keterjangkauan harga dan cara pembayaran dengan indikator harga yang ditawarkan dan fasilitas yang disediakan

dalam melakukan pembayaran pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar.

- c. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang kepuasan pelanggan baik dari segi kenyamanan prosedur dan dukungan konsumen berada pada rata-rata keseluruhan sebesar 3,60. Kemudian nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,90 pada dimensi kenyamanan prosedur dengan indikator prosedur pelayanan yang diberikan saat pembelian. Sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,33 pada dimensi kenyamanan prosedur dengan indikator kenyamanan yang disediakan.
- d. Terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar.
- e. Terdapat hubungan yang kuat dan positif antara kualitas produk, harga dengan kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. Kemudian tinggi rendahnya kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan Harga, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain seperti saluran promosi, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan dan lain-lain.
- f. Kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar.
- g. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan H_0 ditolak, artinya kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar.

2. Saran

- a. Kualitas produk pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar masih perlu ditingkatkan karena masih ada indikator yang belum optimal. Untuk itu sebaiknya Pimpinan Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar meningkatkan daya tahan produk dengan memilih bahan-bahan yang dibutuhkan dalam menghasilkan undangan yang berkualitas seperti jenis kertas sebaiknya diganti menjadi jenis kertas *Ivory* yang artinya

memadukan kertas *art paper*, HVS, *art carton* dan *matt paper* sehingga cocok untuk dijadikan dalam bentuk-bentuk undangan dengan menampilkan desain yang menarik dan sebaiknya jenis tinta yang digunakan sebaiknya tinta yang berjenis Tinta *Printer Dye Base* agar undangan tersebut tidak mudah luntur jika terkena air serta Pimpinan juga harus mengikuti perkembangan selera konsumen.

- b. Harga pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar masih perlu ditingkatkan karena masih ada indikator yang belum optimal. Untuk itu sebaiknya Pimpinan Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar memberikan variasi harga kepada konsumen untuk jenis produk mencetak undangan yang disesuaikan daya beli konsumen. Untuk fasilitas tambahan yang disediakan sebaiknya Pimpinan menyediakan tempat khusus untuk melakukan pembayaran dan menyediakan fasilitas pembayaran yang menggunakan mesin kasir *cash register* sehingga konsumen merasakan kemudahan dalam melakukan pembayaran secara cepat dan efisien sehingga tidak ada pelanggan yang mengantri setiap pembelian serta merespon keluhan pelanggan.
- c. Kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar masih perlu ditingkatkan karena masih ada indikator yang belum optimal. Untuk mengoptimalkan kepuasan pelanggan, maka sebaiknya Pimpinan Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar menyediakan ruang tunggu untuk konsumen pada saat menunggu hasil dari cetakan undangan dan konsumen yang belum dilayani, serta menyediakan tempat parkir untuk konsumen yang membawa kendaraan baik sepeda motor maupun mobil. tetap memberikan pelayanan dan kenyamanan yang disediakan. Dengan begitu kepuasan pelanggan juga dapat meningkat, karena konsumen yang loyal terhadap perusahaan merupakan hal yang sangat penting untuk keberlangsungan perusahaan.

- a. Sehubungan dengan keterbatasan-keterbatasan yang ada pada penulis, penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih terdapat kelemahan-kelemahan, serta belum dapat mengungkapkan seluruh variabel yang meningkatkan kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. Sebagai bahan masukan untuk penelitian selanjutnya, perlu memperbanyak variabel penelitian seperti kualitas pelayanan, promosi, loyalitas pelanggan dan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Daft, Richard L. 2009. **Manajemen**. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Fahmi Irham. 2011. **Manajemen Teori, Kasus dan Solusi**. Bandung: ALFABETA.
- Hasan, Ali. 2013. **Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan**. Cetakan Kedua. Jakarta: *Center For Academic Publishing Service*.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Edisi XII. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. **Manajemen Pemasaran**. Edisi XIII. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C.H. dan Laurence K. Wright, L. 2007. **Manajemen Jasa Teori dan Praktik**. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Edisi II. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2016. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2008. **Strategi Pemasaran**. Edisi III. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. **Service, Quality & Satisfaction**. Edisi III. Yogyakarta: ANDI.

Jurnal Nasional 29

ORIGINALITY REPORT

95%

SIMILARITY INDEX

95%

INTERNET SOURCES

27%

PUBLICATIONS

36%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

media.neliti.com

Internet Source

94%

2

stiesultanagung.ac.id

Internet Source

<1%

3

etd.iain-padangsidimpuan.ac.id

Internet Source

<1%

Exclude quotes Off

Exclude bibliography Off

Exclude matches Off

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12