

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA GRAHA MESRAN PERTAMINA PRAPEN SURABAYA

Ifan Wardana
ifanwardana02@gmail.com
Aniek Wahyuati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA)

ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of each variables on the customers satisfaction at Graha Mesran Pertamina. There were three variables i.e. product quality, service quality, and price. From each of the variables the researcher observed the dominant variable. This research was quantitative research with the amount of samples were 100 respondents, the data collection used direct survey on field, interviewed to the company and distributed questionnaire to the respondents for primary data. The result of this research, from those third variables which have a dominant variable was product (KPr). It obtained coefficient correlation value (R^2) was 0,796 it meant that the product at Graha Mesran Pertamina. The regressions model of this research were stated feasible to use based on F test and it concluded that partially and simultaneously the product quality, service quality and price were determined by the customers satisfaction. The result of t test of product quality on the customers satisfaction was 4,699, service quality on the customers satisfaction was 5,061, and price on the customers satisfaction was 2,915.

Keywords: product quality, service quality, price, satisfaction customers

ABSTRAK

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah pengaruh dari masing-masing variabel terhadap kepuasan pelanggan Graha Mesran Pertamina. Terdapat tiga variabel yaitu, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga. Dari masing-masing variabel penulis meneliti variabel yang paling berpengaruh. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden diperoleh dengan pengumpulan data yang dilakukan yaitu survei langsung ke lapangan, wawancara dengan pihak perusahaan dan membagikan kuesioner pada responden untuk mendapatkan data primer. Hasil penelitian ini, dari ketiga variabel tersebut mempunyai yang berpengaruh paling dominan yaitu variabel kualitas produk (Kpr). Didapat nilai koefisien korelasi (R^2) sebesar 0,796 artinya bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga ditentukan oleh kepuasan pelanggan di Graha Mesran Pertamina. Model regresi penelitian ini dinyatakan layak berdasarkan hasil uji F, dan didapatkan simpulan bahwa baik secara parsial maupun simultan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga ditentukan oleh kepuasan pelanggan. Hasil uji t kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan bernilai 4,699, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bernilai 5,061, dan harga terhadap kepuasan pelanggan bernilai 2,915.

Kata Kunci : kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Perkembangan otomotif di Indonesia pada tahun ke tahun mengalami kemajuan yang pesat salah satunya mobil. Perusahaan-perusahaan mobil didunia selalu memproduksi mobil yang banyak untuk dipasarkan. Respon positif dari konsumen Indonesia membeli mobil sebagai transportasi dalam berpergian atau aktivitas sehari-hari. Semakin banyaknya masyarakat Indonesia membeli mobil, menjadikan peluang-peluang usaha baru seperti penyediaan jasa perawatan mobil. Adanya kesadaran konsumen dalam pentingnya perawatan kendaraan tersebut, membuat pengusaha yang bergerak dalam bidang otomotif

bersaing untuk memberikan kualitas produk yang terbaik bagi konsumen. Kualitas produk yang ditawarkan berupa suku cadang, perawatan, hingga oli yang dibuat menggunakan teknologi canggih serta komposisi produk yang telah dirancang oleh para ahli. Persaingan usaha dibidang otomotif di kota Surabaya semakin ketat, mereka bersaing untuk mendapatkan pelanggan demi kelancaran usaha bengkel mobil. Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan inti dari usaha dibidang ini, pelayanan yang prima membuat pelanggan merasa puas atas kinerjanya.

Untuk dapat bertahan di tengah maraknya persaingan dibidang otomotif khususnya mobil, di Surabaya harus menciptakan strategi pemasaran yang berbeda dengan daerah-daerah lain untuk dapat menarik daya beli konsumen. Beberapa faktor yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2014) menyatakan bahwa kualitas produk berhubungan dengan fungsi-fungsi dari produk tersebut, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan. Jadi kualitas produk merupakan sekumpulan ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan, merupakan suatu pengertian gabungan dari keandalan, ketepatan, kemudahan, pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Apabila suatu pelanggan merasa puas terhadap suatu produk yang di telah beli, akan menimbulkan kesetiaan pembeli sehingga membuat pelanggan melakukan pembelian ulang produk tersebut di masa yang akan datang. Seperti yang dikatakan Moven dan Minor (2008) menyatakan bahwa loyalitas sebagai kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu merk, mempunyai komitmen pada merk tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang. Salah satu cara untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik, yang diharapkan dapat membuat pelanggan untuk kembali melakukan transaksi. Faktor lain yang memengaruhi kepuasan konsumen pada bengkel yaitu Kualitas layanan adalah suatu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang diinginkan oleh pelanggan serta ketepatan suatu penyampaian yang jelas dapat membuat pelanggan merasa puas untuk dapat mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2015). Pelayanan yang baik dapat menentukan kepuasan konsumen adalah kualitas jasa, yaitu: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Selain pelayanan, harga merupakan variabel yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Harga yang rendah atau harga yang terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan daya beli pelanggan. Ketika pelanggan memilih di antara merek-merek yang ada, maka pelanggan akan membandingkan beberapa standar harga sebagai salah satu referensi untuk melakukan transaksi pembelian. Jika harga yang ditawarkan sesuai dengan produk yang ditawarkan maka hal tersebut dapat menjadi pertimbangan bagi pelanggan. Namun, harga juga dapat menjadi indikator kualitas suatu produk yang bagus dapat dijual dengan harga yang tinggi pula. Harga dapat mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk (Kotler dan Armstrong, 2012). Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Graha Mesran Pertamina Prapen Surabaya".

Rumusan masalah adalah: 1) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Graha Mesran Pertamina Prapen Surabaya?, 2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Graha Mesran Pertamina Prapen Surabaya?, 3) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Graha Mesran Pertamina Prapen Surabaya? Sedangkan tujuan penelitian adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Graha Mesran Pertamina Prapen Surabaya, 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Graha Mesran Pertamina Prapen Surabaya, 3) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Graha Mesran Pertamina Prapen Surabaya.

TINJAUAN TEORITIS

Kualitas Produk

Kotler dan Armstrong (2012) Kualitas Produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Menentukan kualitas produk dapat dimasukkan ke dalam 9 dimensi, yaitu: 1). Bentuk (*form*), Produk dapat dibedakan secara jelas dengan produk-produk yang lainnya berdasarkan bentuk, dan suatu ukuran, 2). Ciri-ciri produk (*Features*), karakteristik sekunder atau pelengkap yang berguna untuk menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya, 3). Kinerja (*Performance*), Suatu keterkaitan dengan aspek fungsional suatu produk harus mempunyai suatu kinerja fungsi agar si pembeli bisa mengkinerjakan fungsi dari suatu produk tersebut, 4). Ketepatan (*Conformance*), suatu Keterkaitan dengan tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Suatu kesesuaian produk dapat menjadikan derajat ketepatan antara desain produk dengan kualitas standar yang telah ditetapkan, 5).Ketahanan (*durability*), Suatu keterkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat digunakan oleh konsumen, 6). Keandalan (*reliability*), Suatu keterkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil digunakan dan sesuai dengan keinginan konsumen menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula, 7). Kemudahan perbaikan (*repairability*), Berkaitan dengan kemudahan perbaikan atas produk jika rusak. Idealnya produk akan mudah diperbaiki sendiri oleh pengguna jika rusak, 8).Gaya (*style*), Penampilan produk dan kesan konsumen terhadap produk, 9). Desain (*design*), Keseluruhan keistimewaan produk yang akan mempengaruhi penampilan dan fungsi produk terhadap keinginan konsumen.

Kualitas Pelayanan

Moenir (2010 : 26) pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu pelayanan merupakan sebuah proses. Dimensi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut: 1). *Tangibles* (bukti langsung) berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material, 2). *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat, 3). *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan, 4). *Assurance* (jaminan) yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, 5). *Empathy* (empati) perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan.

Harga

Harga atau *price* adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dalam uang (Alma, 2013:169). Harga dapat diartikan sebagai jumlah uang atau satuan moneter dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Pengukuran harga (Tjiptono, 2014:195) : 1). Harga yang terjangkau,

2). Harga kompetitif dibandingkan dengan pesaing, 3). Harga sesuai dengan fasilitas yang diberikan, 4). Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Armstrong (2012) kepuasan konsumen/pelanggan adalah suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan pelanggan bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai, relatif terhadap harapan pembeli.

Kotler (2012) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan: a). Sistem keluhan dan saran, Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya, b). *Ghost Shopping*, Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura - pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing, c). *Lost Customer Analysis*, Sedapat mungkin perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya, d). Survei kepuasan pelanggan.

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Menurut teori Kottler dalam jurnal Suwardi (2011), menyatakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan konsumen. Indikator Kepuasan konsumen dapat dilihat dari : 1). Pembelian kembali: dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang atau jasa, 2). Menciptakan *Word-of-Mouth*: Pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain. Maka perusahaan bisa dikenal dari mulut ke mulut agar orang lain bisa dijadikan sebagai pelanggan juga, 3). Menciptakan Citra Merek: Pelanggan memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing, 4). Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama: Membeli produk-produk lain dari perusahaan yang sama.

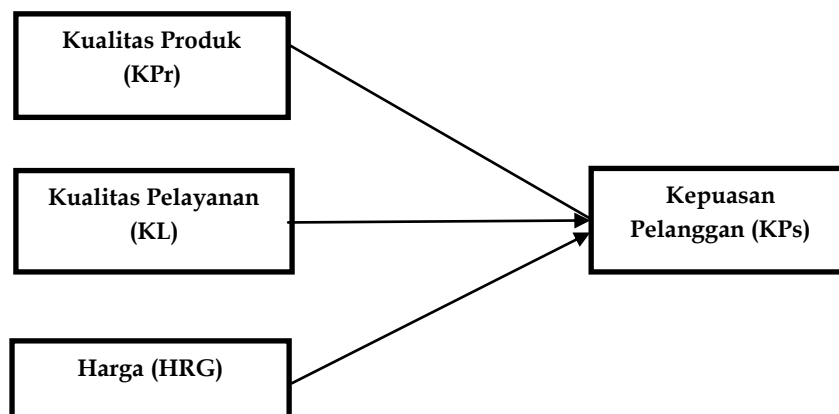
Penelitian Terdahulu

Tabel 1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
Basith, A. et al (2014)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan De'Pans Pancake and Waffle di Kota Malang)	Independen: Kualitas produk Kualitas pelayanan Intervening: Kepuasan pelanggan Dependen: Loyalitas nasabah	Analisis jalur (<i>path analysis</i>)	Hasil pengujian menunjukkan pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dan pengaruh kualitas tidak signifikan.

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
Rahmadani (2016)	Hubungan antara kualitas layanan dan harga dengan kepuasan konsumen Coffee Toffee Surabaya	Independen: Kualitas layanan dan harga Dependen: Kepuasan konsumen	Uji Korelasi Pearson	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif antara kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen
Aris Ardiansyah (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Minum Isi Ulang “ BIRU ” (Studi Kasus Pada Masyarakat Ketintang Surabaya)	Independen: Kualitas produk pelayanan Dependen: Loyalitas nasabah	Regresi Berganda, Uji t dan Uji F	Hasil uji t menunjukkan bahwa Kualitas tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan. Sedangkan Kualitas produk mempengaruhi loyalitas pelanggan
Wibowo (2014)	Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di “Stupid Baker” Surabaya	Variabel bebas: Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Lokasi. Variabel terikat: Keputusan Pembelian	Penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil pengujian menunjukkan pengaruh kualitas layanan, harga, dan lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di D’Stupid Baker Surabaya adalah signifikan.
Satyo (2013)	Pengaruh diskon harga, merk, produk dan layanan pelanggan terhadap keputusan pembelian garmen pada PT. Matahari <i>Departmen Store</i> . Tbk Di Royal Plaza Surabaya	Variabel bebas: diskon harga, merk, produk, dan layanan. Sedangkan variabel terikatnya: keputusan pembelian	Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan pengujian hipotesis Uji F dan Uji T	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh diskon harga, merk produk, dan layanan pelanggan berpengaruh signifikan baik simultan maupun parsial.

Rerangka Pemikiran Dan Hipotesis Penelitian



Gambar 1
Rerangka Pemikiran

Pengembangan Hipotesis

Hubungan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Mowenet *al.* (2005) berpendapat kualitas produk mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk merupakan kemampuan dari suatu produk dalam menjalankan fungsinya. Maka penulis menyimpulkan dan membuat hipotesis pertama mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebagai berikut:
H1 : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Graha Mesran Pertamina Prapen Surabaya.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Tjiptono (2014:125) yaitu dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada konsumen, akan meningkatkan kepuasan kualitas konsumen yang diukur dalam ukuran apapun. Maka penulis menyimpulkan dan membuat hipotesis kedua mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebagai berikut:
H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Graha Mesran Pertamina Prapen Surabaya.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Lubis dan Martin (2009) bahwa variabel harga adalah variabel yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa harga sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka penulis menyimpulkan dan membuat hipotesis ketiga mengenai pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan sebagai berikut:
H3 : Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Graha Mesran Pertamina Prapen Surabaya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian, penelitian dapat dilakukan dengan cara mengedarkan kuesioner kepada pelanggan yang berada pada bengkel Graha Mesran Pertamina Prapen Surabaya dengan tujuan untuk mendapatkan data alamiah yang sesuai dengan kebutuhan peneliti.

Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui dikarenakan tidak terbatas (*infinit*). Sehingga penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan Formula Lemeshow (Arikunto, 2010) sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = harga standar normal (1,967)

P = estimator proporsi populasi (0,5)

d = interval/ penyimpangan (0,10)

q = 1-p

Jadi besar sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,976)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

= 97,5 dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data Jenis Data dan Sumber Data

Untuk menyusun suatu karya ilmiah diperlukan data, baik berupa data primer dan sekunder, yaitu akan dijelaskan sebagai berikut: a). Data Primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara, Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian, b). Data sekunder adalah umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan, yang diberikan oleh Bengkel Graha Mesran Pertamina Prapen Surabaya.

Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data sampling dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, digunakan beberapa metode antara lain:a). Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara menggunakan daftar pertanyaan atau pernyataan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Skala yang digunakan dalam kuesioner ini adalah *Skala Likert*,b). Wawancara untuk mendapatkan data primer dilakukan melalui wawancara secara langsung dengan pada karyawan dan pimpinan serta pelanggan GMP Prapen Surabaya, c). Skala DataPengukuran pembobotan nilai kuesioner menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiyono (2012:136) Skala Likert digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomenal sosial.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel Variabel Penelitian

Variabel-variabel dalam penelitian ini perlu diidentifikasi terlebih dahulu agar tidak terdapat perbedaan cara pandang terhadap variabel penelitian. Adapun variabel yang diidentifikasi sebagai berikut:1). Variabel bebas yaitu : Kualitas Produk (KPr), Kualitas Pelayanan (KL) dan Harga (HG), 2). Variabel terikat, yaitu : Kepuasan Pelanggan (KPs).

Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2012:60), definisi operasional adalah penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan *construct*, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replica pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan *construct* lebih. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti sebagai berikut: a). Kualitas Produk, b). Kualitas Pelayanan, c). Harga, d). Kepuasan Pelanggan.

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah adalah kualitas dari kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen sasaran. Adapun indikator kualitas produk dalam penelitian yaitu terdiri dari: 1) Ketepatan/kesesuaian (Conformance) Suatu Keterkaitan dengan tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Suatu kesesuaian produk dapat menjadikan derajat ketepatan antara desain produk dengan kualitas standar yang telah ditetapkan, 2). Ketahanan (*durability*) Suatu keterkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat digunakan oleh konsumen, 3). Keandalan (*reliability*) Suatu keterkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil digunakan dan sesuai dengan keinginan konsumen menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula,4).Desain (*design*)Keseluruhan keistimewaan produk yang akan mempengaruhi penampilan dan fungsi produk terhadap keinginan konsumen.

Kualitas Pelayanan

Penilaian pelanggan atau konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh Bengkel Graha Mesran Pertamina Prapen Surabaya. Adapun indikator pelayanan dalam penelitian adalah: 1). Bukti langsung (*tangibles*) yaitu bukti fisik dari jasa yang menunjang penyampaian pelayanan. Dalam hal ini berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan atau dapat pula berupa representasi fisik atau jasa, 2).Keandalan (*realibility*)yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan segera, akurat dan memuaskan sesuai dengan yang dijanjikan. Hal ini berarti perusahaan memberikan pelayanannya secara tepat sejak pertama kalinya, 3). Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu keinginan dan kesigapan dari para karyawan untuk membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya, 4). Jaminan (*assurance*)yaitu kemampuan para karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan terhadap perusahaan, 5). Empati (*emphaty*)yaitu perhatian yang tulus yang diberikan kepada para pelanggan yang meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan dengan pelanggan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan

Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh pihak konsumen kepada pihak pemberi layanan barang maupun jasa, sehingga memberikan timbal balik antara konsumen dengan perusahaan. Indikator dari harga yaitu : 1). Harga yang terjangkau, 2).Harga kompetitif dibandingkan dengan pesaing, 3). Harga sesuai dengan fasilitas yang diberikan, 4). Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Adapun indikator pengukuran untuk kepuasan adalah: 1) Pembelian kembali: dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa. 2) Menciptakan *Word-of-Mouth*: Pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain.Maka perusahaan bisa dikenal dari mulut ke mulut agar orang lain bisa dijadikan sebagai pelanggan juga. 3) Menciptakan Citra Merek: Pelanggan memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing 4) Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama: Membeli produk-produk lain dari perusahaan yang sama

Teknik Analisis Data

Agar mendapatkan hasil penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian, maka diperlukan metode analisis data yang benar. Pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan software SPSS 24. SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) adalah sebuah program computer yang digunakan untuk menganalisis statistika. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pada uji validitas peneliti menganalisis data dengan menghitung kolerasi skor dari masing-masing item pernyataan dengan skor total setiap pernyataan dalam suatu variabel. Uji Validitas sering digunakan untuk mengukur ketetapan suatu item adalah kuisisioner, apakah item pada kuisisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur (Ghozali, 2011:45). Untuk menunjukkan hasil uji validitas tersebut dapat dikatakan sah atau tidak, maka dapat dilihat berikut ini:

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Corrected Item total Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan	
Kualitas Produk	Kpr1	0,854	0,197	Valid	
	Kpr2	0,630		Valid	
	Kpr3	0,676			
	Kpr4	0,854		Valid	
Kualitas Pelayanan	KL1	0,829		Valid	
	KL2	0,583		Valid	
	KL3	0,729		Valid	
	KL4	0,680		Valid	
	KL5	0,829		Valid	
Harga	Hrg1	0,824			Valid
	Hrg2	0,840			Valid
	Hrg3	0,839			Valid
	Hrg4	0,401			Valid
Kepuasan Pelanggan	Kps1	0,660			Valid
	Kps2	0,908			Valid
	Kps3	0,761			Valid
	Kps4	0,908			Valid

Sumber : Data Sekunder Diolah (2018)

Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu pengukuran ulang (*repeated measure*) atau pengukuran sekali saja (*one shot*), dalam penelitian ini dilakukan pengujian reliabilitas dilakukan sekali saja (*one shot*) dengan uji statistik *cronbach's alpha*. Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60 (Ghozali, 2013 : 42). Berikut tabel pengukurannya :

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

<i>Reliability Statistics</i>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.923	17

Sumber : Data Sekunder Diolah (2018)

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil pengujian regresi linier berganda melalui alat hitung program SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4
Rangkuman Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients B	t	Sig.
(Constant)	-.326	-1.272	.206
Kualitas Produk (Kpr)	.462	4.699	.000
Kualitas Pelayanan (KL)	.324	5.061	.000
Harga (HG)	.274	2.915	.004

Sumber : Data Sekunder Diolah (2018) Lampiran

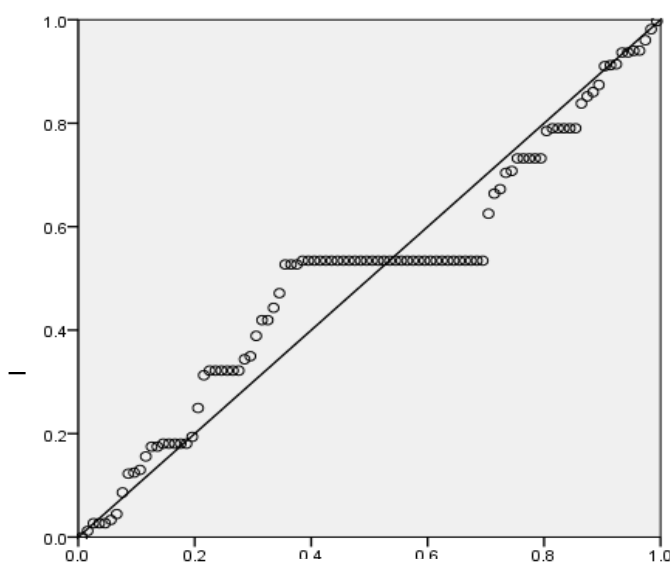
Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:
 $Kps = -0,326 + 0,462Kpr + 0,324KL + 0,274HG$

Berdasarkan persamaan tersebut maka dapat diartikan : a). Tingkat Konstanta sebesar - ,326, b). Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,462 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi terhadap kualitas produk yang telah diberikan oleh Graha Mesran Pertamina semakin baik, maka kepuasan pelanggan Graha Mesran Pertamina akan dapat meningkat, c). Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,324 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi kualitas pelayanan semakin baik, maka kepuasan pelanggan dapat meningkat, d). Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,274 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi harga semakin baik, maka kepuasan pelanggan dapat meningkat.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011:214) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Bila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Dalam penelitian ini, menggunakan Uji *Kolmogrov-smirnov* dengan hasil sebagai berikut:



Gambar 2
Grafik Pengujian Normalitas
 Sumber : Data Sekunder Diolah (2018)

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui besarnya interkorelasi antar variabel bebas dalam penelitian ini. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinieritas (Ghozali, 2013: 91). Untuk mengetahui terjadinya multikolinieritas pada penelitian ini, maka tabel berikut akan menyajikan nilai *tolerance* dan VIF. Apabila nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat dibuktikan melalui model regresi yang sudah diuji menggunakan Spss. Berikut hasil uji multikolinieritas.

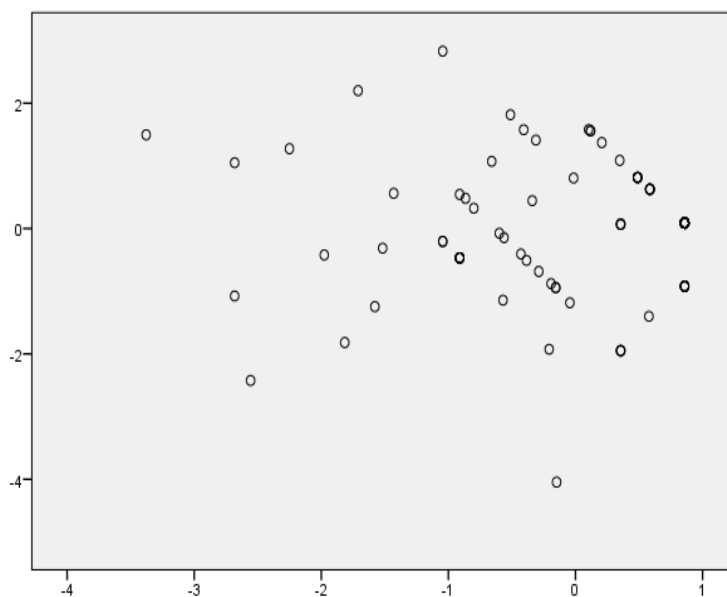
Tabel 5
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Toleransi	VIF	Kesimpulan
Kualitas Produk	0,250	3,999	Non Multikolinieritas
Kualitas Layanan	0,587	1,705	Non Multikolinieritas
Harga	0,272	3,677	Non Multikolinieritas

Sumber : Data Sekunder Diolah (2018)

Uji Heterokedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas dan untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser. Jika variabel independen tidak signifikan secara statistik dan tidak memengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas terhadap model regresi pada penelitian ini. Berikut grafik pengujian Heteroskedastisitas:



Sumber : Data Sekunder Diolah (2018) Lampiran

Gambar 3
Grafik Pengujian Heteroskedastisitas

Pengujian Kelayakan Model

Uji F

Menurut Ghozali (2013:98), Uji F dilakukan untuk menguji kesesuaian model regresi linear berganda dalam mengukur pengaruh secara simultan variabel *independent* (bebas) terhadap variabel *dependent* (terikat). Untuk menguji kelayakan model yang dihasilkan dengan menggunakan uji F, pengujian ini sangat berpengaruh pada penelitian yang sedang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Graha Mesran Pertamina secara bersama-sama atau biasa disebut simultan. Dan seberapa besar pengaruh yang dihasilkan oleh variabel-variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan program SPSS 24.00 for Windows. Dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 6
Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23.502	3	7.834	125.072	.000 ^b
	Residual	6.013	96	.063		
	Total	29.515	99			

a. Dependent Variable: kps

b. Predictors: (Constant), hrg, kl, kpr

Sumber : Data Sekunder Diolah (2018) Lampiran

Dari hasil tabel diatas dapat dilihat tingkat signifikansi uji F = 0,000 < 0,05 (*level of significant* menunjukkan bahwa F hitung sebesar 125.072 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 yang berarti < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi variabel Kpr, KL dan Hrg merupakan variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Analisis koefisien determinasi berganda atau *R-square* merupakan alat ukur untuk melihat besarnya pengaruh antara variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap perubahan variabel dependen yaitu kepuasan secara serempak atau simultan (Ghozali, 2011:97). Analisis koefisien determinasi (*R²*) diatas dihitung dengan menggunakan program SPSS. Berikut tabel Koefisien determinasi :

Tabel 7
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.892 ^a	.796	.790

Sumber : Data Sekunder Diolah Oleh penulis 2018

Hasil uji *Adjusted R²* pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,796. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga sebesar 79,6%, sedangkan sisanya sebesar 21,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengukur keeratan hubungan secara simultan antara variabel-variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga, secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien korelasi berganda ditunjukkan dengan (R) sebesar 0,892 atau 89,2%. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel bebas tersebut secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang erat.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Uji t merupakan pengujian untuk menunjukkan signifikansi pengaruh secara individu variabel bebas yang ada didalam model terhadap variabel terikat. Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh masing-masing variabel tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dari hasil uji t pada Spss menggambarkan bagaimana signifikansi yang dihasilkan oleh uji t pada tabel koefisien. Berikut tabel uji t pada penelitian ini:

Tabel 8
Uji t

Model	Unstandardized Coefficients B	t	Sig.
(Constant)	-.326	-1.272	.206
Kualitas Produk (Kpr)	.462	4.699	.000
Kualitas Pelayanan (KL)	.324	5.061	.000
Harga (Hrg)	.274	2.915	.004

Sumber: Data Sekunder diolah penulis 2018

Hasil statistik uji t untuk variabel kualitas produk diperoleh nilai t hitung sebesar 4,699 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,462; maka hipotesis yang menyatakan bahwa "Terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Graha Mesran Pertamina" **diterima**.

Hasil statistik uji t untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung sebesar 5,061 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,324; maka hipotesis yang menyatakan bahwa "Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Graha Mesran Pertamina" **diterima**. Hasil statistik uji t untuk variabel harga diperoleh nilai t hitung sebesar 2,915 dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,274; maka hipotesis yang menyatakan bahwa "Terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan pelanggan Graha Mesran Pertamina" **diterima**.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk diperoleh nilai t hitung sebesar 4,699 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,462; maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa "Terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Graha Mesran Pertamina. Kualitas produk dinilai sangat penting selain untuk merawat mobil agar lebih awet juga kepercayaan pelanggan dapat dibangun melalui kualitas produk. Untuk membangun kepercayaan pelanggan Graha Mesran Pertamina mencoba memberikan kualitas yang terbaik, dengan menggunakan bahan dengan kualitas bagus. Sehingga produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang diinginkan oleh pelanggan. Jika pelanggan menilai produk yang diberikan memiliki kualitas baik maka dengan mudah pelanggan memberikan kepercayaan pada Graha Mesran Pertamina, dengan ini pelanggan tidak akan berpikir dua kali untuk mempercayakan mobilnya dan Graha Mesran Pertamina dapat memiliki pelanggan yang lebih banyak dari sebelumnya. Dengan demikian kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung sebesar 5,061 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,324; maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa "Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Graha Mesran Pertamina". Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan berbagai ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang telah ditentukan atau yang bersifat laten. Pelayanan merupakan kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau program kegiatan yang bersifat jasa. Moenir (2010 : 26) pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Oleh karena itu, jika produk yang dihasilkan oleh Graha Mesran Pertamina dinilai berkualitas maka untuk kualitas pelayanan Graha Mesran Pertamina juga menyediakan pelayanan yang terbaik.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga memperoleh nilai t hitung sebesar 2,915 dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,274 maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ketiga yang

menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan Pelanggan Graha Mesran Pertamina”. Harga dapat menjadi pertimbangan untuk pelanggan murah atau mahal nya harga suatu produk atau jasa sangat menentukan kehidupan perusahaan kedepannya. Pelanggan sangat menyukai harga murah, kualitas bagus, pelayanan yang baik namun perusahaan juga tidak ingin rugi seperti halnya Graha Mesran Pertamina selalu berusaha memberikan pelayanan yang baik, kualitas produk yang bagus dan harga yang sesuai. Graha Mesran Pertamina juga selalu membandingkan harga yang diberikan dengan harga pesaing dan memonitoring harga produk yang dihasilkan agar harga yang telah ditentukan perusahaan tidak terlalu tinggi dan tidak membuat resah pelanggannya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: 1). Terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Graha Mesran Pertamina, 2). Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Graha Mesran Pertamina, 3). Terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan pelanggan Graha Mesran Pertamina, 4). Bahkan dalam uji F dinyatakan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, Bagi Graha Mesran Pertamina: a). Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas produk yang terletak pada indikator keandalan, oleh karena itu Graha Mesran Pertamina disarankan untuk meningkatkan kualitas produk terutama pada *kinerja oli*, misalnya dengan memperkuat ketahanan oli sehingga jarak tempuh kendaraan dapat lebih jauh. dan pelanggan berharap kualitas produk yang baik selalu diperhatikan oleh Graha Mesran Pertamina, b). Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas pelayanan yang terletak pada indikator *tangibles* Graha Mesran Pertamina disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dari segi *bukti fisik* dengan cara: segera menangani keluhan dengan cepat, memperbaiki fasilitas yang ada dengan memperbarui kembali yang kurang layak, sehingga jika pelanggan merasa puas akan meningkatkan jumlah pelanggan pada pembelian produk di Graha Mesran Pertamina, c). Berdasarkan hasil penelitian variabel harga yang terletak pada indikator daya saing harga dengan pesaing, Graha Mesran Pertamina disarankan untuk menetapkan harga sesuai dengan produk yang dijual, pelayanan dan menjaga kecepatan pelayanan agar tetap stabil, menyesuaikan harga dengan pesaing. Sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, d). Untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen. Bahkan dapat menambahkan variabel lain dalam penelitiannya agar lebih bervariasi. Untuk pencarian informasi bisa menggunakan cara yang lebih variatif misalnya melalui wawancara dengan responden dan pemilik atau pengelola perusahaan, sehingga informasi yang diterima dapat lebih konkrit daripada angket dengan jawabannya yang disediakan penulis.

Keterbatasan

Penelitian ini telah diusahakan dan dilakukan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu: 1). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam penelitian ini hanya terdiri dari tiga variabel, yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian, 2). Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuisioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh responden tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Ehsan, M.M. 2012. Impact of Brand Image, Service Quality and Price on Customer Satisfaction. *International Journal of Business and Social Science*.7(3). 1-23.
- Basith, A., Kumadji, S. ,dan Hidayat, K. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalita Pelanggan*. Jakarta.
- Ramdhani. 2016. *Hubungan Antara Kualitas Layanan dan Harga dengan Kepuasan konsumen Coffee Toffee Surabaya*. Bandung.
- Ghozali, H. I., 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Cetakan kelima, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- _____, 2013. *Analisis Aplikasi Multivariate dengan Proses SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____, Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*. Edisi Ketiga Belas. Jakarta. Erlangga.
- _____, G. Armstrong. 2012. *Principle of Marketing*. Prentice Hall International, Inc. New Jersey
- _____, G. Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing, 15th edition*. Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Lubis, A.N. Martin. 2009. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan (Service Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Deli Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1). 21-24.
- Moenir, A.S. 2010. *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Mowen, C. J. dan Michael. 2005. *Perilaku Konsumen*. Jilid Kedua. Jakarta.
- _____, dan M. Minor. 2008. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Suwardi. 2011. Menujur Kepuasan Pelanggan melalui Penciptakaan Kualitas Pelayanan dalam *Jurnal Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora*. 11(1). 1-20.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.