

**PENGARUH HARGA & KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA FELINE PET STORE TANJUNG SELOR**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Disusun Oleh :
SYARIFAH NOORHANI
NPM. 201941036**



**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KALTARA
TANJUNG SELOR
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh harga & kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Feline Pet Store Tanjung Selor

Nama Mahasiswa : Syarifah Noorhani

NPM : 201941036

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Tim Penguji Skripsi :

Pembimbing


Defik Waryawan, S.T., M.M.
NIDN : 11.191179.01

Penguji I


Yuliansyah, S.Kom., M.M
NIDN : 11.230391.02

Penguji II


Dewi Qomariyah Imelda, S.E., M.M. Ak
NIDN : 11.050573.02

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi


Dewi Qomariyah Imelda, S.E., M.M. Ak
NIDN : 11.050573.02

Ketua Jurusan Manajemen


Defik Waryawan, S.T., M.M.
NIDN : 11.191179.01

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa

Skripsi yang berjudul:

**PENGARUH HARGA & KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA FELINE PET STORE TANJUNG
SELOR**

Disusun oleh Syarifah Noorhani, NPM. 201941036 telah disetujui dan
dipertahankan didepan dewan penguji pada tanggal 21 Juli 2023

TIM PENGUJI

Pembimbing : Dedik Wirvawan, S.T., M.M

NIDN : 11.191179.01

Penguji 1 : Yuliansyah, S.Kom., M.M

NIDN : 11.230391.02

Penguji 2 : Dewi Qumariah Imelda, S.E., M.M. Ak

NIDN : 11.050573.02

Universitas Kaltara
Program Sarjana
Dekan Fakultas Ekonomi

Dewi Qumariah Imelda, S.E., M.M. Ak
NIDN : 11.050573.02

Universitas Kaltara
Program Sarjana
Ketua Jurusan

Dedik Wirvawan, S.T., M.M
NIDN : 11.191179.01

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak ada karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam sebuah naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur duplikat atau jiplakan, saya bersedia skripsi dan gelar sarjana atas nama saya dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Tanjung Selor, 1 Juli 2023

Mahasiswa,

Syarifah Noorhani

HALAMAN RIWAYAT HIDUP

Syarifah Noorhani, lahir pada tanggal 10 Agustus 2001 di Tanjung Selor, Kabupaten Bulungan, Kalimantan Utara. Merupakan anak ke-4 dari Bapak Sayyid Husin (alm.) dan Ibu Syarifah Hamdah. Memulai pendidikan pada TK Pembina 001 Tanjung Selor pada tahun 2006 dan lulus pada tahun 2007. Ditahun yang sama melanjutkan sekolah dasar di SDN 001 Tanjung Selor, dan lulus pada tahun 2013. Kemudian ditahun yang sama melanjutkan sekolah menengah pertama di SMPN 2 Tanjung Selor, dan lulus pada tahun 2016. Selanjutnya, pada tahun yang sama, melanjutkan sekolah menengah kejuruan di SMKN 1 Tanjung Selor dan lulus pada tahun 2019. Setelah tamat sekolah ditahun yang sama, kemudian berhasil masuk ke Universitas Kaltara di Tanjung Selor dengan memilih Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen.

Tanjung Selor, 2 Juli 2023

Mahasiswa,

Syarifah Noorhani

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil ‘alamin segala puji dan syukur penulis haturkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya skripsi ini dapat terselesaikan.

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan” (QS. Al-Insyirah : 5)

“Hidup yang tidak sesuai impian itu bukanlah hidup yang gagal, dan hidup sesuai impian juga belum tentu berhasil”

-Twenty Five Twenty One-

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

Kedua orang tua Bapak Sayyid Husin (alm.) dan Ibu Syarifah Hamdah

serta saudara-saudara yang selalu mendoakan dan memotivasi penulis

Tak lupa alumni manajemen yang telah memberikan referensi skripsi, dan juga

sahabat, teman-teman seperjuangan Angkatan 2019 yang saling

memberikan dukungan

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya. Karena, berkat-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH HARGA & KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA FELINE PET STORE TANJUNG SELOR”**, yang dimana skripsi disusun sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Skripsi penelitian ini disusun atas kerjasama dan berkat bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengungkapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Didi Ardiansyah, S.T.P., M.M selaku Rektor Universitas Kaltara;
2. Ibu Dewi Qomariah Imelda, S.E., M.M. Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara dan juga dosen pembimbing akademik;
3. Bapak Dedik Wiryawan, S.T., M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara, dan juga selaku dosen pembimbing, yang senantiasa meluangkan waktu dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara yang telah memberikan bekal berbagai teori, ilmu pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat bagi penulis.
5. Orang tua dan juga saudara tercinta yang telah membimbing dan memotivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas kasih sayang, doa, nasehat, kesabaran dan semangat yang luar biasa.
6. Sahabat (Sucianur, Mardiana Dharmawati, Nita Listia, Oktaviana Mas Chaputri dan Heren Dika Yeni) serta teman-teman mahasiswa Angkatan 2019

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara. Terimakasih untuk semangat yang selalu kalian berikan, dan semoga kita semua sukses.

7. Dan semua pihak yang telah membantu penulis, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis sangat menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini dan jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dalam penulisan skripsi ini. Dan akhirnya tiada untaian kata yang pantas dan berharga kecuali ucapan Alhamdulillah Rabbil ‘Alaamiin atas Rahmat dan karunia Allah Subhanahu Wata’ala.

Tanjung Selor, 3 Juli 2023

Syarifah Noorhani

ABSTRAK

Persaingan petshop yang ada di Tanjung Selor saat ini terus berkembang secara pesat. Salah satu petshop yang cukup dikenal di Tanjung Selor dengan menjual berbagai kebutuhan, perlengkapan dan menyediakan layanan petcare yaitu Feline Pet Store.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Feline Pet Store Tanjung Selor. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan di Feline Pet Store Tanjung Selor. Jumlah responden yang diteliti adalah sebanyak 100 responden. Pengumpulan data berupa kuesioner, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah software SPSS versi 25.

Hasil penelitian ini adalah, ditemukan bahwa terdapat hubungan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan, dimana berdasarkan hasil uji parsial diketahui nilai signifikansi dari variabel harga sebesar $0.047 < 0.05$ dan nilai $t_{hitung} 2.014 > t_{tabel} 1.988$. Serta nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai $t_{hitung} 6.381 > t_{tabel} 1.988$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, yang berarti bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Feline Pet Store Tanjung Selor.

Kata kunci ; Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Petshop competition in Tanjung Selor is currently growing rapidly. One of the well-known pet shops in Tanjung Selor selling various needs, equipment and providing pet care services is the Feline Pet Store.

The purpose of this study was to determine whether price and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction at the Feline Pet Store Tanjung Selor. The method used in this research is a quantitative method. The population in this study were all customers at the Feline Pet Store Tanjung Selor. The number of respondents studied was 100 respondents. Data collection was in the form of a questionnaire, the data analysis technique used in this study was software SPSS version 25.

The results of this study were, it was found that there was a relationship between price and service quality on customer satisfaction and had a positive and significant effect, where based on the partial test results it was known that the significance value of the price variable was $0.047 < 0.05$ and the t_{count} value was $2.014 > t_{table} 1.988$. As well as the significance value of the service quality variable of $0.000 < 0.05$ and the value of $t_{count} 6.381 > t_{table} 1.988$. So it can be concluded that H_0 is rejected, which means that price and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction at the Feline Pet Store Tanjung Selor.

Keywords : Price, Service Quality and Customer Satisfaction.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN RIWAYAT HIDUP	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Teori Yang Digunakan	8
2.1.1 Pemasaran.....	8
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	9
2.1.4 Harga	9
2.1.4.1 Definisi Harga	9
2.1.4.2 Penetapan Harga.....	10

2.1.4.3 Indikator Harga.....	11
2.1.5 Kualitas Pelayanan.....	12
2.1.5.1 Definisi Kualitas Pelayanan	12
2.1.5.2 Indikator Kualitas Pelayanan	13
2.1.6 Kepuasan Pelanggan	14
2.1.6.1 Definisi Kepuasan Pelanggan.....	14
2.1.6.2 Faktor ² Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	15
2.1.6.3 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian	18
2.4 Kerangka Pikir Penelitian	21
2.5 Konsep Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian	23
3.2 Sifat Penelitian.....	23
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	23
3.4 Populasi dan Sampel.....	24
3.4.1 Populasi	24
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	24
3.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	25
3.5 Sumber Data	25
3.6 Metode Pengumpulan Data	26
3.7 Metode Analisis Data.....	27
3.7.1 Uji Validitas	27

3.7.2 Uji Reliabilitas	28
3.8 Uji Asumsi Klasik	28
3.8.1 Uji Normalitas.....	28
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas	28
3.9.3 Uji Multikolinieritas	29
3.9 Uji Regresi Linier Berganda.....	29
3.10 Uji Hipotesis	30
3.10.1 Uji Parsial (Uji T)	30
3.10.2 Uji Simultan (Uji F)	30
3.11.3 Uji Koefisien Determinan (R^2)	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	32
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	33
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	33
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	34
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	35
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	36
4.3.1 Deskripsi Jawaban Berdasarkan Kebutuhan & Perlengkapan.....	36
4.3.2 Deskripsi Jawaban Berdasarkan Keunggulan	37
4.3.3 Deskripsi Jawaban Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	37
4.3.4 Deskripsi Jawaban Berdasarkan Variabel	39
4.3.4.1 Variabel Harga (X1).....	39

4.3.4.2 Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	40
4.3.4.3 Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	41
4.4 Metode Analisis Data	43
4.4.1 Uji Validitas	43
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	44
4.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	45
4.4.3.1 Uji Normalitas	45
4.4.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	46
4.4.3.3 Uji Multikolinieritas	47
4.4.4 Uji Regresi Linier Berganda.....	47
4.5 Pengujian Hipotesis	49
4.5.1 Uji Parsial (Uji T)	49
4.5.2 Uji Simultan (Uji F).....	50
4.5.3 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	51
4.6 Pembahasan.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA.....	56

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	19
3.1 Periode Penelitian	24
4.1 Jenis Kelamin Responden.....	34
4.2 Usia Responden	34
4.3 Jenis Pekerjaan Responden.....	35
4.4 Pemenuhan Kebutuhan & Kelengkapan.....	36
4.5 Jawaban Berdasarkan Keunggulan	37
4.6 Frekuensi Kunjungan	38
4.7 Jawaban responden Variabel Harga (X1)	39
4.8 Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	40
4.9 Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	41
4.10 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	43
4.11 Hasil Uji Reliabilitas	44
4.13 Hasil Uji Multikolinieritas.....	47
4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	48
4.15 Hasil Uji Parsial (Uji T)	49
4.16 Hasil Uji Simultan (Uji F)	50
4.17 Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)	51

DAFTAR GAMBAR

1.1 Diagram Omzet tahun 2020-2022.....	4
1.2 Diagram Harga Produk.....	4
1.3 Diagram Kualitas Pelayanan.....	5
2.1 Kerangka Konseptual	21
4.1 Gambaran Umum Feline Pet Store	32
4.2 Struktur Organisasi Feline Pet Store	33
4.3 Hasil Uji Normalitas Harga (X1).....	45
4.4 Hasil Uji Normalitas Kualitas Pelayanan (X2).....	45
4.5 Hasil Uji Normalitas Kepuasan Pelanggan (Y)	46
4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	46

DAFTAR LAMPIRAN

1. Dokumentasi.....	58
2. Harga Produk Dominan.....	58
3. Surat Izin Penelitian	60
4. Surat Keterangan.....	61
5. Kuesioner Penelitian	62
6. Tabulasi Data Penelitian.....	66
7. Hasil Olah Data SPSS versi 25	80
8. Distribusi Nilai T tabel.....	90
9. Distribusi Nilai F tabel	91

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berjalannya waktu, mulai banyak orang-orang yang tertarik untuk memelihara hewan peliharaan. Memelihara hewan peliharaan tentunya menjadi hobi baru atau ketertarikan tersendiri bagi sebagian orang. Hal ini disebabkan karena hewan peliharaan bisa dijadikan teman bermain sehingga dapat menghilangkan rasa jenuh dan bosan bagi pemiliknya. Berdasarkan sumber rekuten pada DataIndonesia.id jenis-jenis hewan peliharaan di negara-negara Asia pada tahun 2021 yaitu mayoritas penduduk di negara-negara Asia, lebih senang memelihara anjing dan kucing, khususnya di Indonesia sendiri, hewan peliharaan yang mayoritas dipelihara yaitu kucing dengan persentase sebesar 47 %.

Oleh karena itu, penelitian menemukan bahwa hewan peliharaan memiliki manfaat yang beragam seperti kesehatan fisiologis maupun psikologis. Menurut Lewist et al (2009) menemukan memelihara anjing secara signifikan meningkatkan kualitas hidup dalam aspek. Sedangkan memelihara kucing dan selain anjing dapat meningkatkan kualitas sosial. Untuk memenuhi kebutuhan hewan peliharaan, maka tersedialah yang namanya petshop. Petshop/petstore (toko hewan peliharaan) merupakan bisnis ritel yang menjual berbagai pakan, kebutuhan serta perlengkapan hewan peliharaan.

Dalam melengkapi berbagai kebutuhan hewan peliharaan, pemilik membutuhkan berbagai peralatan untuk membantu kebutuhan hewan peliharaan agar selalu sehat, bersih, nyaman, dan menyenangkan di Petshop (Rachmatullah et.

al., 2020). Ketika memelihara hewan peliharaan, bukan hanya kebutuhannya seperti makanan, perlengkapan, serta peralatannya saja yang perlu kita perhatikan, tetapi kesehatannya juga. Saat ini, mulai banyak tersebar petshop/petstore di berbagai wilayah yang ada di Indonesia, baik itu di kota besar, maupun kota kecil. Persaingan petshop di berbagai daerah tentunya berkembang secara pesat, setiap petshop pastinya akan berlomba-lomba untuk memberikan yang terbaik, seperti kepuasan bagi pelanggan. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya adalah harga dan juga kualitas pelayanan. Menawarkan produk jasa dengan harga yang terjangkau dan juga sesuai dengan kualitas produk merupakan impian bagi setiap pelanggan. Selain itu, harga dan kualitas pelayanan yang baik pastinya akan membuat pelanggan merasa nyaman dan puas. Oleh karenanya, pelaku usaha hendaknya dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan, agar pelanggan tidak terpicat oleh persaingan usaha yang lain.

Meningkatnya pertumbuhan dan perkembangan hewan kesayangan serta pecinta hewan di Indonesia ini membuat kesempatan serta peluang bagi pengusaha berbondong-bondong untuk membuka usaha serta jasa untuk memenuhi kebutuhan hewan kesayangan (Septiyanti & Nadjamuddin, 2018). Saat ini, sudah ada petshop yang bukan hanya menjual kebutuhan, dan perlengkapan hewan peliharaan saja, tetapi sekaligus juga menyediakan jasa pelayanan grooming kucing (perawatan khusus kucing), cat hotel (penitipan kucing) dan pet care (klinik hewan peliharaan). Hal ini bertujuan untuk memenuhi kepuasan pelanggan dengan fasilitas layanan yang diberikan. Bukan hanya diluar daerah saja yang mengalami persaingan secara pesat dengan kehadiran petshop, tentunya di kota Tanjung Selor juga mengalami

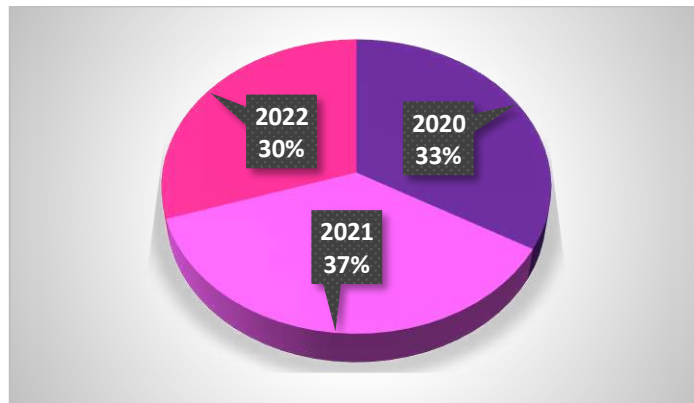
hal demikian. Salah satu petshop yang cukup terkenal dan turut mengikuti persaingan yang terdapat di kota Tanjung Selor saat ini adalah Feline Pet Store.

Feline Pet Store merupakan bisnis ritel yang menjual kebutuhan, perlengkapan hewan peliharaan, seperti pakan kucing, anjing dan juga hamster. Selain itu berbagai aksesoris, obat-obatan, cat litter (pasir khusus kucing), shampoo, vitamin, dan sebagainya. Serta menyediakan jasa pelayanan grooming kucing (perawatan khusus kucing), cat hotel (penitipan kucing), dan pet care (klinik hewan peliharaan).

Dikarenakan saat ini sedang pesatnya persaingan antar petshop yang ada di Tanjung Selor, oleh karena itu demi memikat pelanggan, maka Feline Pet Store berupaya dalam meningkatkan pelayanan. Salah satunya, dengan menyediakan layanan pet care. Feline Pet Store merupakan petstore pertama di Tanjung Selor yang bukan hanya menyediakan berbagai kebutuhan serta grooming kucing, tetapi juga menyediakan pet care. Untuk pet care, Feline Pet Store juga melayani konsultasi ataupun pertanyaan seputar hewan yang sakit, dan untuk konsultasi tersebut gratis tanpa dikenakan biaya, jika sudah ada penanganan langsung dari dokter hewan, baru akan dikenakan biaya sesuai dengan penyakit yang diderita. Hal inilah yang menjadi keunikan bagi Feline Pet Store dibandingkan dengan petshop lainnya.

Berikut ini diagram berupa omzet tahunan dari tahun 2020-2022 pada Feline Pet Store Tanjung Selor :

Diagram 1.1
Omzet tahun 2020-2022



Sumber : Feline Pet Store 2023

Untuk omzet ditahun 2020 yaitu berjumlah 100 juta rupiah, mengalami sedikit peningkatan ditahun 2021 dengan berjumlah 110 juta rupiah, dan mengalami penurunan ditahun 2022 yaitu berjumlah 94 juta rupiah. Mengalami penurunan omzet dikarenakan saat ini sudah banyak kompetitor atau pesaing yang meningkat pesat di daerah Tanjung Selor.

Untuk observasi awal, peneliti mengambil sampel sebanyak 11 responden dengan diberikan beberapa pertanyaan terkait dengan harga produk dan kualitas pelayanan yang diberikan karyawan bagi pelanggan Feline Pet Store adalah sebagai berikut :

Diagram 1.2
Harga Produk

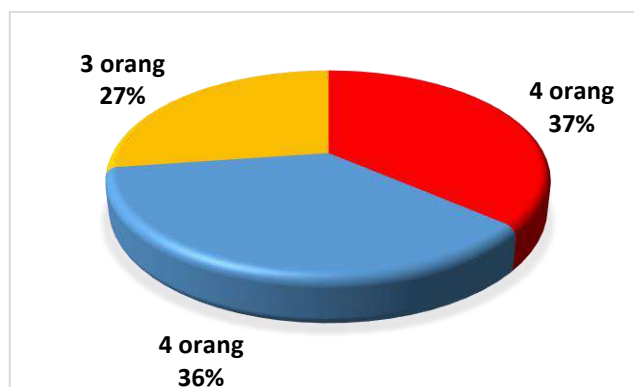
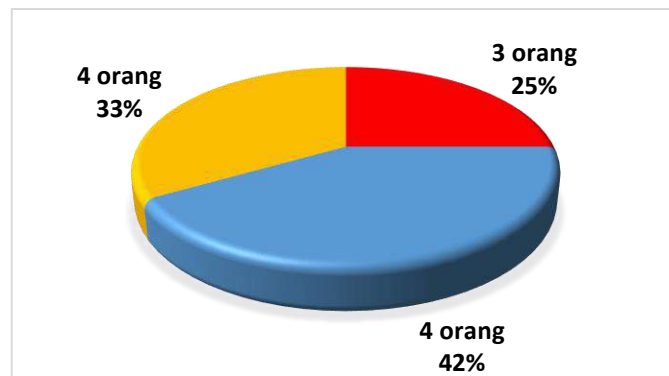


Diagram 1.3
Kualitas Pelayanan



Sumber : data diolah 2023

Pada diagram lingkaran di atas, persepsi pelanggan terhadap harga produk yaitu, sebanyak 4 orang berpendapat bahwa harga produk yang ditawarkan terjangkau, 4 orang diantaranya berpendapat bahwa harganya standar, artinya tidak mahal, juga tidak murah, sedangkan 3 diantaranya lagi berpendapat bahwa harganya relatif mahal.

Sedangkan untuk persepsi kualitas pelayanan, 3 orang berpendapat bahwa kualitas pelayanan yang diberikan karyawan sudah baik, 4 orang diantaranya berpendapat standar, dan 4 orang lagi berpendapat bahwa kualitas pelayanan kurang baik, seperti karyawan yang kurang ramah terhadap pelanggan. Selain itu, kualitas pelayanan yang kurang memuaskan juga seperti lambatnya respon dari karyawan dalam melayani pelanggan. Namun dengan begitu, Feline Pet Store akan berupaya untuk bertanggung jawab jika ada penanganan yang kurang memuaskan.

Berdasarkan latarbelakang tersebut di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian yaitu **“PENGARUH HARGA & KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA FELINE PET STORE TANJUNG SELOR.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

- 1.) Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Feline Pet Store Tanjung Selor?
- 2.) Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Feline Pet Store Tanjung Selor?
- 3.) Apakah terdapat pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Feline Pet Store Tanjung Selor?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang diharapkan adalah sebagai berikut :

- 1.) Untuk mengetahui seberapa pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Feline Pet Store Tanjung Selor.
- 2.) Untuk mengetahui seberapa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Feline Pet Store Tanjung Selor.
- 3.) Untuk mengetahui seberapa pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Feline Pet Store Tanjung Selor.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.) Bagi Universitas

Dapat menambah pengetahuan karya ilmiah bagi pembaca dan menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian-penelitian serupa.

2.) Bagi Feline Pet Store

Dapat memberikan informasi ataupun masukan yang baik bagi Feline Pet Store.

3.) Bagi Peneliti

Dapat menambah pengetahuan dan pengalaman, serta dapat mengimplementasikan ilmu yang sudah didapatkan selama diperkuliahan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Teori Yang Digunakan

2.1.1 Pemasaran

Menurut Ebert J, & Griffin (2003) dalam I Wayan Ruspendi J. (2022:1). Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya.

Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2008:5) dalam Yulianti, (2019:5) mendefenisikan secara luas, pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa, pemasaran adalah suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan barang maupun jasa dalam menciptakan apa yang dibutuhkan demi menjaga keberlangsungan usaha.

2.1.2 Manajemen Pemasaran

Menurut Sudarsono (2020:2), manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, pelaksanaan (yang meliputi pengorganisasian, pengarahan, dan koordinasi) operasi pemasaran di dalam perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif.

Menurut Alma (2013:130), manajemen pemasaran ialah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan

(program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah sebuah kegiatan merencanakan, melaksanakan, dan mengimplementasikan kegiatan operasi pemasaran untuk mencapai tujuan organisasi yang efisien dan juga efektif.

2.1.3 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran menurut Setiyaningrum (2015:85) adalah strategi yang digunakan untuk memasarkan produk ataupun jasa

Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2019:62) bauran pemasaran adalah serangkaian alat pemasaran (marketing mix) yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam pasar sasaran. Kotler dan Amstrong (2019:58) berpendapat bahwa adapun unsur atau elemen-elemen dari bauran pemasaran terdiri dari harga (price), produk (product), tempat (place), dan promosi (promotion).

Berdasarkan pemaparan diatas, ditarik kesimpulan bahwa bauran pemasaran adalah strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan yang unsurnya terdiri dari harga, produk, tempat dan promosi dalam memasarkan barang atau pun jasa demi mencapai sasaran maupun tujuan untuk perusahaan tersebut.

2.1.4 Harga

2.1.4.1 Definisi Harga

Menurut Tjiptono (2012: 151) “harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak

kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Pengertian ini sejalan dengan konsep pertukaran (*exchange*) dalam pemasaran”.

Harga didasarkan pada pengertian sempit merupakan nilai dari suatu barang atau jasa, sedangkan dalam pengertian luas yaitu pengorbanan dari pelanggan untuk membeli barang atau jasa yang dihasilkan oleh pengusaha atau pebisnis (Kotler, 2018).

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa harga merupakan suatu satuan moneter yang ditukarkan oleh pelanggan demi memperoleh barang maupun jasa yang dihasilkan oleh pebisnis maupun pengusaha.

2.1.4.2 Penetapan Harga

Penjual barang dalam menetapkan harga dapat mempunyai tujuan yang berbeda satu sama lain antar penjual maupun antar barang yang satu dengan yang lain. Tujuan penetapan harga menurut Harini (2008:55) dikutip dalam penelitian Susi Susanti (2019:26) adalah sebagai berikut :

- 1.) Penetapan harga untuk mencapai penghasilan atas investasi. Biasanya besar keuntungan dari suatu investasi telah ditetapkan persentasenya dan diperlukan penetapan harga tertentu dari barang yang dihasilkannya.
- 2.) Penetapan harga untuk kestabilan harga. Hal ini biasanya dilakukan untuk perusahaan yang kebetulan memegang kendali atas harga. Usaha pengendalian harga diarahkan terutama untuk mencegah terjadinya perang harga, khususnya bila menghadapi permintaan yang sedang menurun.
- 3.) Penetapan harga untuk mempertahankan atau meningkatkan bagiannya dalam pasar. Apabila perusahaan mendapatkan bagian pasar dengan luas tertentu, maka ia harus berusaha mempertahankannya atau justru mengembangkannya.

Untuk itu kebijaksanaan dalam penetapan harga jangan sampai merugikan usaha mempertahankan atau mengembangkan bagian pasar tersebut.

- 4.) Penetapan harga untuk menghadapi atau mencegah persaingan. Apabila perusahaan baru mencoba-coba memasuki pasar dengan tujuan mengetahui pada harga berapa ia akan menetapkan penjualan. Ini berarti bahwa ia belum memiliki tujuan dalam menetapkan harga coba-coba tersebut.
- 5.) Penetapan harga untuk memaksimir laba. Tujuan ini biasanya menjadi panutan setiap usaha bisnis. Kelihatannya usaha mencari untung mempunyai konotasi yang kurang enak seolah-olah menindas konsumen. Padahal sesungguhnya hal yang wajar saja. Setiap usaha untuk bertahan hidup memerlukan laba.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan penetapan harga diantaranya adalah untuk mendapatkan pemasukan atau penghasilan, menjaga harga untuk tetap stabil, sebagai ajang dalam mempertahankan atau mengembangkan pasar, mengantisipasi terjadinya persaingan dan juga untuk meminimalisir laba.

2.1.4.3 Indikator Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2018, hlm. 78) indikator-indikator harga yang dapat digunakan untuk mengukur dan meneliti kesesuaian harga di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga

Konsumen dapat memperoleh harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Produk sering kali memiliki banyak jenis dalam sebuah merek, harganya pun bervariasi, dari yang paling murah hingga yang paling mahal.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga sering digunakan sebagai indikator kualitas bagi konsumen yang sering memilih harga yang lebih tinggi antara dua barang karena melihat perbedaan kualitas. Jika harganya lebih tinggi, orang cenderung berpikir bahwa kualitasnya juga lebih baik.

3. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk jika manfaat yang diterima lebih besar atau sama dengan yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk tersebut. Jika konsumen merasa manfaat produk lebih kecil dari jumlah yang dikeluarkan, konsumen akan memersepsikan produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali sebelum melakukan pembelian ulang.

4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini, rendahnya harga produk menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk tersebut.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa harga dapat diukur melalui beberapa indikator. Diantaranya yaitu harga yang dapat dijangkau oleh konsumen, sesuainya antara harga yang ditawarkan dengan kualitas produk, sesuainya antara harga yang ditawarkan dengan manfaat yang didapatkan, serta kesesuaian daya saing harga atau kemampuan konsumen.

2.1.5 Kualitas Pelayanan

2.1.5.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014:268) merumuskan kualitas jasa atau pelayanan sebagai berikut: “Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan

kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan”.

Sedangkan menurut Jaka Atmaja (2018:50) kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa, kualitas pelayanan adalah segala bentuk kegiatan yang dilakukan perusahaan demi memenuhi kebutuhan, keinginan, serta harapan pelanggan.

2.1.5.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa menurut Tjiptono (2014:282).

a.) Berwujud (*Tangible*)

Yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi yang terlihat yang dapat dinilai baik.

b.) Empati (*Emphaty*)

Yaitu kesediaan karyawan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual pelanggan.

c.) Daya tanggap (*Responsiveness*),

Yaitu kemauan dalam kemampuan dari karyawan memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap. Kesiapan para karyawan untuk memenuhi keinginan konsumen dengan tanggap dan ramah.

d.) Keandalan (*Reliability*),

Yaitu kemampuan untuk memberikan layanan dengan segera, akurat, konsisten, dan memuaskan.

e.) Jaminan (*Assurance*),

Yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff mengenai janji yang diberikan, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa indikator kualitas pelayanan adalah seperti tampilan fisik yang baik untuk dilihat, empati karyawan dalam berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan, respon karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap kepada pelanggan, kemampuan karyawan dalam memberikan layanan yang efektif dan memuaskan, serta memberikan kepercayaan dan keamanan kepada pelanggan.

2.1.6 Kepuasan Pelanggan

2.1.6.1 Definisi Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2009:138) dalam kutipan penelitian (Dian Septiana Sari, 2018:28) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas

Sedangkan menurut (Sangadji, 2013) memaparkan bahwa “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dalam perbandingan antara kesannya konsumen terhadap tingkatan kinerja produk dan jasa ril atau aktual dengan kinerja sesuai harapan”.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dirasakan oleh seseorang baik itu senang maupun

kecewa, yang hadir setelah melakukan perbandingan antara hasil kinerja produk yang dipikirkan terhadap hasil kinerja yang didapatkan.

2.1.6.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Indrasari (2019:87-88) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

- 1.) Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
- 2.) Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- 3.) Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- 4.) Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.
- 5.) Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa 5 faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah pelanggan akan merasa puas apabila produk yang ditawarkan berkualitas, pelayanan yang diberikan memuaskan sesuai dengan yang diharapkan. Selain itu, pelanggan tentunya akan bangga jika orang lain kagum terhadap produk yang mereka gunakan mempunyai kualitas yang lebih tinggi, harga yang relatif rendah tetapi memiliki nilai kualitas yang sama

bahkan lebih baik. Dan juga, pelanggan tidak perlu membuang waktu ataupun uang tambahan demi mendapatkan produk tertentu.

2.1.6.3 Indikator Kepuasan Pelanggan

Adapun indikator kepuasan pelanggan menurut Irawan (2008) dikutip dalam penelitian Nurjayani (2021:21) adalah sebagai berikut :

1.) Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya)

Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.

2.) Selalu membeli produk

Yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.

3.) Akan merekomendasikan kepada orang lain

Yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.

4.) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk

Yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa indikator kepuasan pelanggan diantaranya adalah perasaan puas atau sebaliknya terkait dengan penerimaan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, loyalitasnya pelanggan dalam membeli produk. Selain itu, antusiasnya pelanggan dalam merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain, dan terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk yang diinginkan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Yang Diteliti	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Susi Susanti (2019)	Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Coffee RR Pekanbaru	X1: kualitas pelayanan X2: harga Y: kepuasan pelanggan	Software SPSS	Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel X1 berpengaruh terhadap variabel Y, dan variabel X2 berpengaruh terhadap variabel Y.
2.	Laily Marwatul Jannah (2021)	Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada resto Running Korean Street Food Samarinda	X1: harga X2: kualitas pelayanan Y: kepuasan konsumen	Software SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 berpengaruh secara positif dan signifikan serta berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y
3.	Rokhmad Budiyo, Sarbullah, dan Arini Novandalina (2022)	Pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada Cherry Petshop Purwokerto	X1: harga X2: kualitas pelayanan X3: kepercayaan Y: kepuasan pelanggan	Software SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel X1 berpengaruh terhadap Y, X2 tidak berpengaruh terhadap Y, dan

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Yang Diteliti	Alat Analisis	Hasil Penelitian
					X3 berpengaruh terhadap Y.
4.	Laily Nur Hidayah (2022)	Pengaruh desain produk, kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian kerajinan anyaman Desa Antutan Kabupaten Bulungan	X1: desain produk X2: kualitas produk X3: harga X4: promosi Y: keputusan pembelian	Software SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel X1, X2, X3 dan X4 berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Y
5.	Nurjayani (2021)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa listrik	X : kualitas pelayanan Y : kepuasan pelanggan	Software SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel X berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Y

Sumber : peneliti 2023

2.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014), definisi operasional variabel adalah suatu dimensi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.

Tabel 2.2
Definisi Operasional Variabel Penelitian

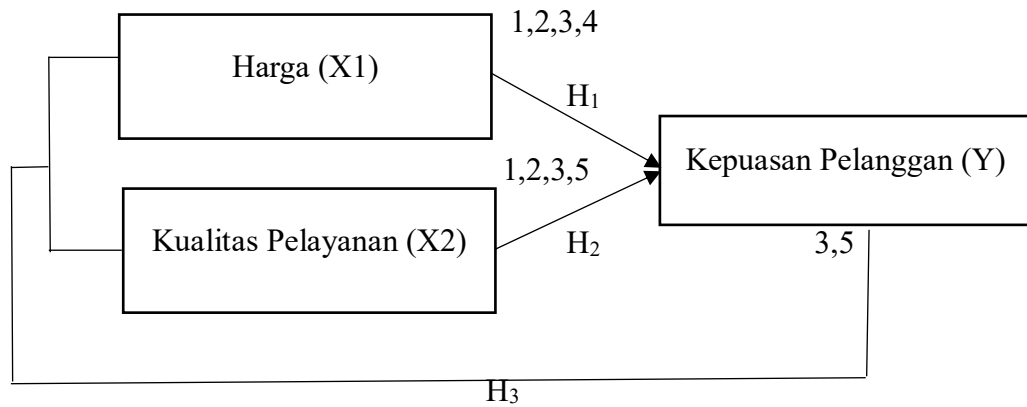
Variabel & Definisi	Indikator	Item
<p>Harga (X1)</p> <p>“harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Pengertian ini sejalan dengan konsep pertukaran (exchange) dalam pemasaran” (Tjiptono, 2012:151)</p>	<p>1. Keterjangkauan harga;</p> <p>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk;</p> <p>3. Kesusuaian harga dengan manfaat;</p> <p>4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga. (Kotler dan Armstrong, 2018:78)</p>	<p>1. Harga produk yang ditawarkan cukup terjangkau</p> <p>2. Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitasnya.</p> <p>3. Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang diterima.</p> <p>4. Harga produk yang mampu bersaing dengan tempat lain.</p>
<p>Kualitas Pelayanan (X2)</p> <p>Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen (Jaka Atmaja, 2018:50)</p>	<p>1. Berwujud (<i>Tangible</i>);</p> <p>2. Empati (<i>Emphaty</i>);</p> <p>3. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>);</p> <p>4. Keandalan (<i>Reliability</i>);</p> <p>5. Jaminan (<i>Assurance</i>) (Tjiptono, 2014:282)</p>	<p>1. Interior tempat yang menarik & peralatan yang lengkap.</p> <p>2. Karyawan yang memberikan perhatian personal kepada pelanggan (ucapan selamat datang terima kasih, dan maaf apabila terjadi sesuatu hal)</p> <p>3. Karyawan yang memberikan pelayanan cepat & tanggap.</p> <p>4. Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan secara akurat & memuaskan.</p> <p>5. Kemampuan karyawan yang kompetensi, sopan dan dapat dipercaya.</p>

<p>Kepuasan Pelanggan (Y)</p> <p>Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas (Kotler, 2009:138)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya) 2. Selalu membeli produk 3. Akan merekomendasikan kepada orang lain 4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perasaan puas dari pelanggan terkait dengan produk berkualitas dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan. 2. Selalu membeli produk dikarenakan produk berkualitas dan harga terjangkau. 3. Merekomendasikan tempat ini kepada orang lain (kerabat, teman dll) dikarenakan produk maupun kualitas pelayanan yang diberikan sudah baik. 4. Harapan pelanggan yang terpenuhi setelah membeli produk dan merasakan pelayanan yang sudah diberikan oleh karyawan.
---	---	---

Sumber : peneliti 2023

2.4 Kerangka Pikir Penelitian

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Keterangan :

1. Susi Susanti (2019);
2. Laily Marwatul Jannah (2021);
3. Rokhmad Budiyo, Sarbullah, dan Arini Novandalina (2022);
4. Laily Nur Hidayah (2022);
5. Nurjayani (2021)

2.5 Konsep Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiric (Sugiyono, 2013:64).

Hipotesis ditolak apabila faktanya menyangkal dan diterima apabila fakta yang ada membenarkan. Kesimpulan sementara adalah:

- a) H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan dari harga terhadap kepuasan pelanggan pada Feline Pet Store Tanjung Selor
- H_1 : Terdapat pengaruh signifikan dari harga terhadap kepuasan pelanggan pada Feline Pet Store Tanjung Selor
- b) H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Feline Pet Store Tanjung Selor
- H_2 : Terdapat pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Feline Pet Store Tanjung Selor.
- c) H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan dari harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Feline Pet Store Tanjung Selor.
- H_3 : Terdapat pengaruh signifikan dari harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Feline Pet Store Tanjung Selor.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Adapun didalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang dimana, pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif, metode ini telah memenuhi persyaratan yang ada yaitu konkrit, tekstur, sistematis dan objektif, biasa digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014:13).

3.2 Sifat Penelitian

Sifat pada penelitian ini adalah asosiatif. dimana, menurut Sugiyono (2014:55) penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Bertujuan mengetahui seberapa pengaruhnya variabel yaitu harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

3.3 Lokasi & Periode Penelitian

Lokasi dan objek penelitian yang dipilih oleh penulis yaitu FELINE PET STORE yang terletak di Jalan Duku, Tanjung Selor. Untuk periode penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sekitar satu semester. Adapun jadwal pelaksanaan penelitian usulan skripsi adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Periode Penelitian

Waktu Penelitian	Maret		April				Mei					Juni				Juli		
	Minggu		Minggu				Minggu					Minggu				Minggu		
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3
Observasi Awal																		
Pengajuan Judul																		
Penyusunan Proposal bab (I,II,III)																		
Seminar Proposal																		
Penyebaran Kuisisioner																		
Analisis Olah Data & penysunan bab (IV, dan V)																		
Sidang Skripsi																		

Sumber : dikembangkan untuk penelitian 2023

3.4 Populasi & Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli produk di Feline Pet Store Tanjung Selor.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013:81). Dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, maka menggunakan rumus Lemeshow, dkk dalam (Dibyo Pramono, 1997) yaitu :

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

n = jumlah sampel

Z = skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha atau sampling error 10% = 0,1

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,1}$$

$$n = 96,04$$

dibulatkan menjadi 100 responden.

3.4.3 Teknik *Sampling*

Penentuan atau pencarian sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan nonprobability sampling dengan teknik *accidental sampling*. Teknik *accidental sampling*, adalah teknik yang berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2013:85).

3.5 Sumber Data

Didalam penelitian kuantitatif, tentunya sumber data yang akan diperoleh berasal dari dua sumber, yaitu :

a) Data primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari obyeknya menurut Supranto, dalam Danang Sunyoto, (2011:114). Dalam penelitian ini data primer yang di gunakan bersumber dari responden. Data primer merupakan

data atau informasi yang diperoleh secara langsung dari kuesioner, maupun observasi. Dalam penelitian ini, sumber data yang diperoleh berasal dari jawaban responden yang diberikan kepada responden yang pernah berkunjung bahkan membeli produk yang ada di Feline Pet Store.

b) Data sekunder

Data sekunder dapat diperoleh dari buku-buku atau pustaka yang ada hubungannya dengan topik bahasan penelitian ini. Data sekunder dibutuhkan sebagai bahan acuan landasan teori dari telaah pustaka, menurut Supranto, dalam Danang Sunyoto, (2011:116). Data sekunder merupakan data yang bukan berasal dari peneliti, yang dapat diperoleh dari buku, internet, jurnal bahkan penelitian terdahulu, yang nantinya akan memperkuat landasan teori peneliti. Data sekunder didapatkan oleh peneliti secara tidak langsung dari obyek penelitian.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Adapun dalam penelitian ini, peneliti nantinya akan menggunakan tiga metode pengumpulan data yaitu :

a) Wawancara (*interview*)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2013:137). Data yang diperoleh dalam penelitian merupakan jawaban hasil tanya jawab mengenai deskripsi umum mengenai Feline Pet Store Tanjung Selor.

b) Angket (*Questionnaire*)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan-pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet (Sugiyono, 2013:142). Responden adalah orang yang akan diteliti (sampel). Menurut Sugiyono (2012:93-94), teknik skala likert yang digunakan ada 5 skor yaitu :

- a. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)
 - b. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
 - c. Skor 3 untuk jawaban Netral (N)
 - d. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
 - e. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
- c) Studi Pustaka (*Pustaka Research*)

Metode pengumpulan data yang berasal dari kajian literatur, dan juga jurnal yang relevan dengan penelitian ini.

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas

Uji Validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, sehingga dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Instrumen dikatakan valid apabila jika nilai korelasi pearson antara item dengan total item di atas 0.30, maka mengindikasikan instrumen tersebut valid (Tontowi, 2016:103).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrument diuji dengan alat analisis *Alpha Cronbach*. Jika nilai koefisien *Alpha Cronbach* diatas 0.60 mengindikasikan instrumen reliabel, sebaliknya jika nilai koefisien *Alpha Cronbach* dibawah 0.60 mengindikasikan instrumen tidak reliabel (Tontowi, 2019 : 307).

3.8 Uji Asumsi Klasik

Sebelum menggunakan analisis regresi, maka perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, yang bertujuan agar data sampel yang nantinya diolah dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Pengujian asumsi klasik meliputi :

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji model regresi, variabel terikat dan variabel bebas apakah terdistribusi secara normal atau tidak (Ghozali, 2018:111). Model regresi dapat dikatakan baik apabila data distribusinya normal atau mendekati normal.

3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018:135) mengatakan tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan pada pengamatan lain terhadap sebuah model regresi. Apabila varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Namun jika varian residual tersebut tetap, maka disebut homoskedastisitas.

Deteksi adanya Heterokedastisitas menurut Gujarati (2001: 168) adalah sebagai berikut:

Jika nilai Sig. (2-tailed) $< \alpha = 0,05$, berarti terkena heteroskedastisitas.

Jika nilai Sig. (2-tailed) $> \alpha = 0,05$, berarti bebas heteroskedastisitas.

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini bertujuan untuk mengetahui apakah ditemukan korelasi antara variabel bebas terhadap model regresi (Ghozali, 2018:105). Model regresi yang baik harus memiliki model yang didalamnya tidak terdapat korelasi diantara variabel independen (bebas). Apabaila nilai VIF < 10 dan atau nilai Tolerance $> 0,1$ maka dapat disimpulkan tidak terdapat masalah multikolinieritas, begitupula sebaliknya.

3.9 Uji Regresi Linier Berganda

Persamaan linier berganda (multiple linier regression method) digunakan untuk menguji model pengaruh serta hubungan variabel bebas yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel terikat. Menurut Ghozali (2018:95), model analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan serta besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Sumber: Husein Umar (2011: 126)

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta dari persamaan regresi

$\beta_1 \beta_2$: Koefisien regresi masing – masing variabel

X_1 = Variabel Harga

X_2 = Variabel Kualitas Pelayanan

e = error (kesalahan)

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial (uji T) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *coefficients* dalam kolom *significance*. Jika probabilitas nilai t atau sig. < 0.05, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Namun, jika nilai sig. > 0.05, maka dapat dikatakan tidak terdapat pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial.

Cara menghitung t_{tabel} dengan menggunakan rumus :

$t_{\text{tabel}} : df : \alpha/2 ; n-k-1$

df = penentuan di distribusi tabel T

α = taraf kesalahan 0,05

n = sampel

k = jumlah variabel independen

3.10.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh secara bersama-sama (simultan) dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Hasil uji f dapat dilihat pada tabel ANOVA dalam kolom *significance*. Dapat diperhatikan nilai signifikannya yaitu 0.05. Jika nilai sig < 0.05, maka dapat dikatakan bahwa terdapatnya pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Namun, jika nilai sig >

0.05, maka tidak terdapatnya pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Cara menghitung f_{tabel} dengan menggunakan rumus :

$$f_{\text{tabel}} = k ; n-2$$

k = jumlah variabel independen

n = sampel

3.10.3 Koefisien Determinan (R^2)

Menurut Ghozali (2018) uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur sejauh apa kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat (dependen). Nilai dari koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Apabila R^2 mendekati satu atau semakin besar, maka dapat dikatakan pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat (Y).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Gambar 4.1

Gambaran Umum Feline Pet Store

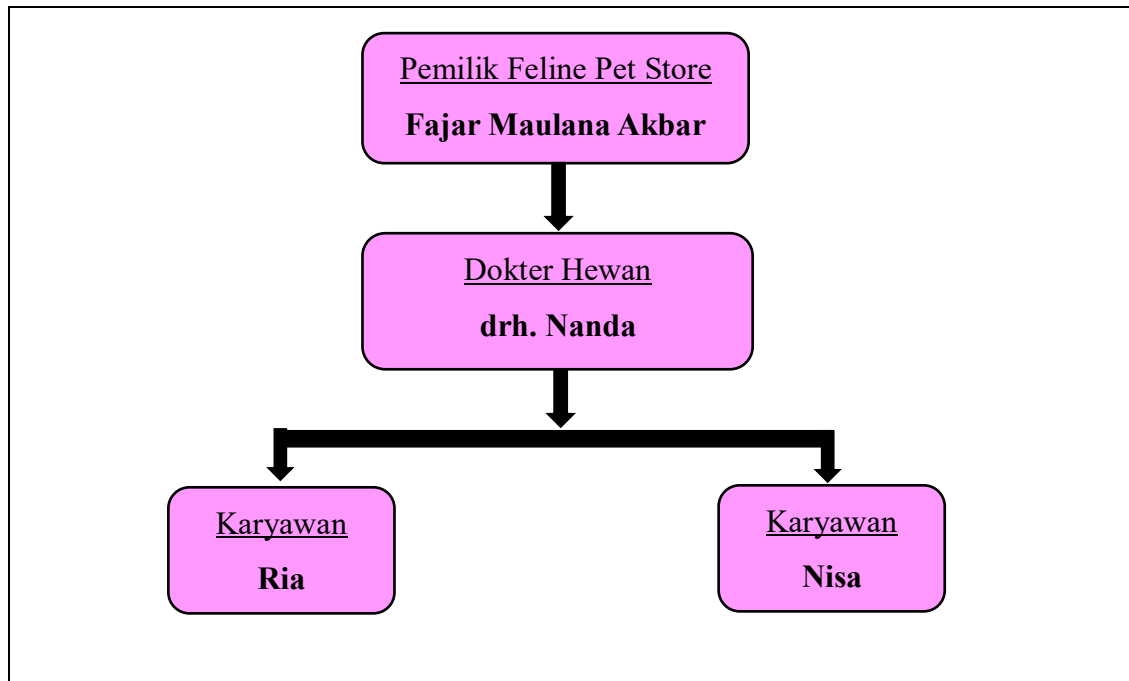


Sumber : Feline Pet Store 2023

Feline Pet Store merupakan bisnis ritel yang menjual kebutuhan, perlengkapan hewan peliharaan, seperti pakan kucing, anjing & juga hamster. Selain itu, menjual berbagai vitamin, obat-obatan, shampoo, cat litter (pasir kucing) dan sebagainya, serta menyediakan jasa pelayanan grooming kucing (perawatan khusus kucing), cat hotel (penitipan kucing), dan pet care (klinik hewan peliharaan). Pemilik dari Feline Pet Store ini bernama Fajar, dan pet store ini berdiri sejak tahun 2020 lalu. Feline Pet store juga merupakan petshop pertama di Tanjung Selor yang sekaligus menyediakan layanan pet care. Feline Pet Store Tanjung Selor berlokasi di jalan Duku samping Rara Sport, melayani pelanggan dimulai pukul 09.00 pagi

hingga 21.00 malam, ketika ada pelanggan yang akan membawa hewan peliharaannya ke layanan pet care, tentunya harus reservasi terlebih dahulu ke bagian adminnya.

Gambar 4.2
Struktur Organisasi Feline Pet Store



Sumber : Feline Pet Store 2023

4.2 Deskripsi Karakteristik Responden

4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terbagi menjadi 2 kelompok, yaitu laki-laki dan perempuan. Berdasarkan analisa, data yang diperoleh dari pengelompokan jenis kelamin adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
Laki-laki	35 orang	35%
Perempuan	65 orang	65%
Total	100 orang	100%

Sumber : data diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa pengumpulan data yang diperoleh yaitu jumlah responden laki-laki berjumlah 35 orang atau persentase sebesar 35%. Responden perempuan berjumlah 65 orang atau persentase sebesar 65%. Maka dapat disimpulkan bahwa, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh responden perempuan yang berjumlah 65 orang atau persentase sebesar 65%.

4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia terbagi menjadi 2 kelompok, yaitu usia yang kurang dari 20 tahun, dan usia yang dari 20 tahun. Berdasarkan analisa, data yang diperoleh dari pengelompokan usia adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2
Usia Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
<20 tahun	17 orang	17%
>20 tahun	83 orang	83%
Total	100 orang	100%

Sumber : data diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa pengumpulan data yang diperoleh yaitu, jumlah responden yang berusia kurang dari 20 tahun berjumlah 17

orang atau persentase sebesar 17%. Responden berusia lebih dari 20 tahun berjumlah 83 orang atau persentase sebesar 83%. Maka dapat disimpulkan bahwa, karakteristik responden berdasarkan usia didominasi oleh responden berusia >20 tahun yang berjumlah 83 orang atau persentase sebesar 83%.

4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan terbagi menjadi 5 kelompok, yaitu PNS, karyawan swasta, wiraswasta, pelajar/mahasiswa dan lainnya juga. Berdasarkan analisa, data yang diperoleh dari pengelompokan jenis pekerjaan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3
Jenis Pekerjaan Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
PNS	11 orang	11%
Karyawan swasta	10 orang	10%
Wiraswasta	2 orang	2%
Pelajar/Mahasiswa	46 orang	46%
Lainnya	31 orang	31%
Total	100 orang	100%

Sumber : data diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa pengumpulan data yang diperoleh yaitu jumlah responden berdasarkan jenis pekerjaan yaitu PNS berjumlah 11 orang atau persentase sebesar 11%, karyawan swasta berjumlah 10 orang atau persentase sebesar 10%, wiraswasta berjumlah 2 orang atau persentase sebesar 2%, pelajar/mahasiswa berjumlah 46 orang atau persentase sebesar 46% dan lainnya berjumlah 31 orang atau persentase sebesar 31%. Maka dapat disimpulkan bahwa,

karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan didominasi oleh pelajar/mahasiswa yang berjumlah 46 orang atau persentase sebesar 46%.

4.3 Deskripsi Jawaban Responden

4.3.1 Deskripsi Jawaban Berdasarkan Kebutuhan & Perlengkapan

Analisa yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan jawaban responden terhadap pemenuhan kebutuhan dan kelengkapan (seperti pakan kucing/anjing, obat-obatan, vitamin, dsb) adalah terbagi menjadi 2 yaitu pernyataan Ya ataupun Tidak. Perolehan datanya adalah sebagai berikut ini :

Tabel 4.4
Pemenuhan Kebutuhan & Kelengkapan

Keterangan	Jumlah	Persentase
Ya	94 orang	94%
Tidak	6 orang	6%
Total	100 orang	100%

Sumber : data diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui sebanyak 94 orang atau persentase sebesar 94% responden menjawab pernyataan Ya bahwa Feline Pet Store sudah memenuhi kebutuhan dan kelengkapan hewan peliharaan (seperti pakan kucing/anjing, obat-obatan, vitamin, dsb) dan sebanyak 6 orang atau persentase sebesar 6% responden menjawab pernyataan Tidak, dalam artian Feline Pet Store tidak dapat memenuhi kebutuhan & kelengkapan hewan peliharaan mereka. Maka dapat disimpulkan bahwa, pernyataan ini didominasi oleh pernyataan Ya dengan jumlah 96 orang atau persentase sebesar 96%.

4.3.2 Deskripsi Jawaban Berdasarkan Keunggulan

Analisa yang diperoleh berdasarkan pernyataan apakah Feline Pet Store memiliki keunggulan dibandingkan petshop lain dikelompokkan menjadi 2 pernyataan, jawaban yang diberikan oleh responden, yaitu Ya atau Tidak. Hasil analisa datanya adalah sebagai berikut ini :

Tabel 4.5
Jawaban Berdasarkan Keunggulan

Pernyataan	Jumlah	Persentase
Ya	80 orang	80%
Tidak	20 orang	20%
Total	100 orang	100%

Sumber : data diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.5, dapat diketahui sebanyak 80 orang atau persentase sebesar 80% menjawab pernyataan Ya, yang artinya bahwa Feline Pet Store memiliki keunggulan dibandingkan petshop lainnya. Selain itu, sebanyak 20 orang atau persentase sebesar 20% responden menjawab Tidak, yang artinya bahwa responden tidak setuju bahwa Feline Pet Store memiliki keunggulan dibandingkan petshop lainnya. Maka dapat disimpulkan bahwa, pernyataan ini didominasi oleh jawaban pernyataan Ya, bahwa bahwa Feline Pet Store memiliki keunggulan dibandingkan petshop lainnya dengan jumlah 80 orang atau persentase sebesar 80%.

4.3.3 Deskripsi Jawaban Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

Analisa yang diperoleh berdasarkan frekuensi kunjungan ke Feline Pet Store dikelompokkan menjadi 2, yaitu 1 kali dan lebih dari 1 kali. Hasil analisa datanya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Frekuensi Kunjungan

Pernyataan	Jumlah	Persentase
1 kali	54 orang	54%
>1 kali	46 orang	46%
Total	100 orang	100%

Sumber : data diolah 2023

Berdasarkan table 4.6, dapat diketahui sebanyak 54 orang atau persentase sebesar 54% responden melakukan kunjungan ke Feline Pet Store, selain itu sebanyak 46 oran atau persentase sebesar 46% responden melakukan kunjungan lebih dari satu kali. Maka dapat disimpulkan bahwa, pernyataan jawaban didominasi oleh frekuensi kunjungan hanya 1 kali sebanyak 54 orang atau persentase sebesar 54%.

4.3.4 Deskripsi Jawaban Berdasarkan Variabel

4.3.4.1 Variabel Harga (X1)

Tabel 4.7
Jawaban Responden Variabel Harga (X1)

No.	Pernyataan Responden Mengenai Harga (X1)	Skor r	Tanggapan Responden					Jum lah	Rata- rata
			STS	TS	N	S	SS		
1,	Harga produk yang ditawarkan cukup terjangkau.	Juml ah	1	12	-	59	28	100	4,01
		%	1	12	-	59	28	100	
2.	Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitasnya.	Juml ah	4	5	-	68	23	100	4,01
		%	4	5	-	68	23	100	
3.	Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang diterima.	Juml ah	2	5	-	60	33	100	4,16
		%	2	5	-	60	33	100	
4.	Harga produk yang mampu bersaing dengan tempat lain.	Juml ah	5	10	-	58	27	100	3,92
		%	5	10	-	58	27	100	
Skor nilai rata-rata									16,10

Sumber : data diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.7 pernyataan responden mengenai variabel harga (X1), dapat dijelaskan bahwa :

- a. Pada pernyataan 1 mayoritas jawaban yang diberikan oleh responden yaitu Setuju (S) dengan jumlah 59 orang atau persentase sebesar 59%.
- b. Pada pernyataan 2 mayoritas jawaban yang diberikan oleh responden yaitu Setuju (S) dengan jumlah 68 orang atau persentase sebesar 68%.

- c. Pada pernyataan 3 mayoritas jawaban yang diberikan oleh responden yaitu Setuju (S) dengan jumlah 60 orang atau persentase sebesar 60%.
- d. Pada pernyataan 4 mayoritas jawaban yang diberikan oleh responden yaitu Setuju (S) dengan jumlah 58 orang atau persentase sebesar 58%.

4.3.4.2 Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Tabel 4.8

Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

No.	Pernyataan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan (X2)	Skor	Tanggapan Responden					Jumlah	Rata-rata
			STS	TS	N	S	SS		
1.	Interior tempat yang menarik & peralatan yang lengkap.	Jumlah	7	13	-	58	22	100	3,75
		%	7	13	-	58	22	100	
2.	Karyawan yang memberikan perhatian personal kepada pelanggan (ucapan selamat datang, terimakasih dan maaf apabila terjadi sesuatu hal).	Jumlah	2	18	-	53	27	100	3,85
		%	2	18	-	53	27	100	
3.	Karyawan yang memberikan pelayanan cepat & tanggap.	Jumlah	3	12	-	56	29	100	3,96
		%	3	12	-	56	29	100	
4.	Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan secara akurat & memuaskan.	Jumlah	2	10	-	59	29	100	4,03
		%	2	10	-	59	29	100	

5.	Kemampuan karyawan yang kompetensi, sopan dan dapat dipercaya.	Juml ah	2	9	-	57	32	100	4,08
		%	2	9	-	57	32	100	
Skor nilai rata-rata									19,67

Sumber : data diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.8 pernyataan responden mengenai variabel kualitas pelayanan (X2), dapat dijelaskan bahwa :

- Pada pernyataan 1 mayoritas jawaban yang diberikan oleh responden yaitu Setuju (S) dengan jumlah 58 orang atau persentase sebesar 58%.
- Pada pernyataan 2 mayoritas jawaban yang diberikan oleh responden yaitu Setuju (S) dengan jumlah 53 orang atau persentase sebesar 53%.
- Pada pernyataan 3 mayoritas jawaban yang diberikan oleh responden yaitu Setuju (S) dengan jumlah 56 orang atau persentase sebesar 56%.
- Pada pernyataan 4 mayoritas jawaban yang diberikan oleh responden yaitu Setuju (S) dengan jumlah 59 orang atau persentase sebesar 59%.
- Pada pernyataan 5 mayoritas jawaban yang diberikan oleh responden yaitu Setuju (S) dengan jumlah 57 orang atau persentase sebesar 57%.

4.3.4.3 Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4.9

Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No.	Pernyataan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan (Y)	Skor	Tanggapan Responden					Jumlah	Rata-rata
			STS	TS	N	S	SS		
1,	Perasaan puas dari pelanggan terkait dengan produk berkualitas dan	Jumlah	5	12	-	57	26	100	3,87

	pelayanan yang diberikan oleh karyawan.	%	5	12	-	57	26	100	
2.	Selalu membeli produk dikarenakan produk berkualitas dan harga terjangkau.	Juml ah	3	17	-	51	29	100	3,86
		%	3	17	-	51	29	100	
3.	Merekomendasikan tempat ini kepada orang lain (kerabat, teman dll) dikarenakan produk maupun kualitas pelayanan yang diberikan sudah baik.	Juml ah	6	9	-	58	27	100	3,91
		%	6	9	-	58	27	100	
4.	Harapan pelanggan yang terpenuhi setelah membeli produk dan merasakan pelayanan yang sudah diberikan oleh karyaawan.	Juml ah	4	9	-	64	23	100	3,93
		%	4	9	-	64	23	100	
Skor nilai rata-rata									15,57

Sumber : data diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.9 pernyataan responden mengenai variabel kualitas pelayanan (X2), dapat dijelaskan bahwa :

- Pada pernyataan 1 mayoritas jawaban yang diberikan oleh responden yaitu Setuju (S) dengan jumlah 57 orang atau persentase sebesar 57%.
- Pada pernyataan 2 mayoritas jawaban yang diberikan oleh responden yaitu Setuju (S) dengan jumlah 51 orang atau persentase sebesar 51%.

- c. Pada pernyataan 3 mayoritas jawaban yang diberikan oleh responden yaitu Setuju (S) dengan jumlah 58 orang atau persentase sebesar 58%.
- d. Pada pernyataan 4 mayoritas jawaban yang diberikan oleh responden yaitu Setuju (S) dengan jumlah 64 orang atau persentase sebesar 64%.

4.4 Metode Analisis Data

4.4.1 Uji Validitas

Instrumen dikatakan valid apabila jika nilai korelasi pearson antara item dengan total item di atas 0.30, maka mengindikasikan instrumen tersebut valid (Tontowi, 2016:103). Berikut hasil uji validitas instrumen adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Instrumen

No.	Indikator	Item Pernyataan	Korelasi Pearson	Keterangan
1.	Harga (X1)	X1.1	0.842	Valid
		X1.2	0.840	Valid
		X1.3	0.820	Valid
		X1.4	0.810	Valid
2.	Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0.784	Valid
		X2.2	0.847	Valid
		X2.3	0.832	Valid
		X2.4	0.762	Valid
		X2.5	0.823	Valid
3.	Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0.860	Valid
		Y2	0.819	Valid
		Y3	0.861	Valid
		Y4	0.818	Valid

Sumber : Data Primer diolah melalui spss versi 25, 2023

Berdasarkan hasil tabel 4.10 di atas, dapat diketahui bahwa variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) dari masing-masing indikator dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai korelasi pearson diatas 0.30.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur item kuesioner apakah reliabel (layak) atau tidak. Menurut Tontowi (2019 : 307) apabila *alpha cronbach* diatas 0.60 maka dikatakan reliabel, jika dibawah 0.60 maka tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas instrumen adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1.	Harga (X1)	0.842	Reliabel/layak
2.	Kualitas Pelayanan (X2)	0.866	Reliabel/layak
3.	Kepuasan Pelanggan (Y)	0.860	Reliabel/layak

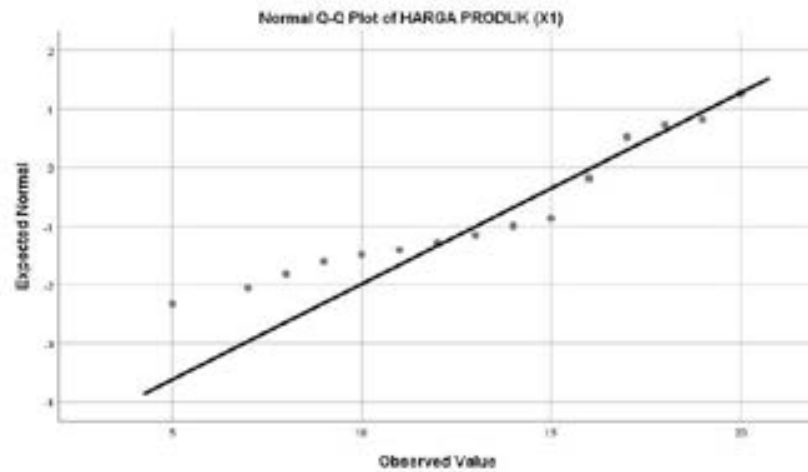
Sumber : Data Primer diolah melalui spss versi 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa masing-masing item kuesioner dari variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan reliabel (layak). Hal ini dikarenakan nilai cronbach's alpha yang berada diatas nilai 0.60 sehingga item-item kuesioner dari masing-masing variabel layak digunakan sebagai alat ukur.

4.4.3 Uji Asumsi Klasik

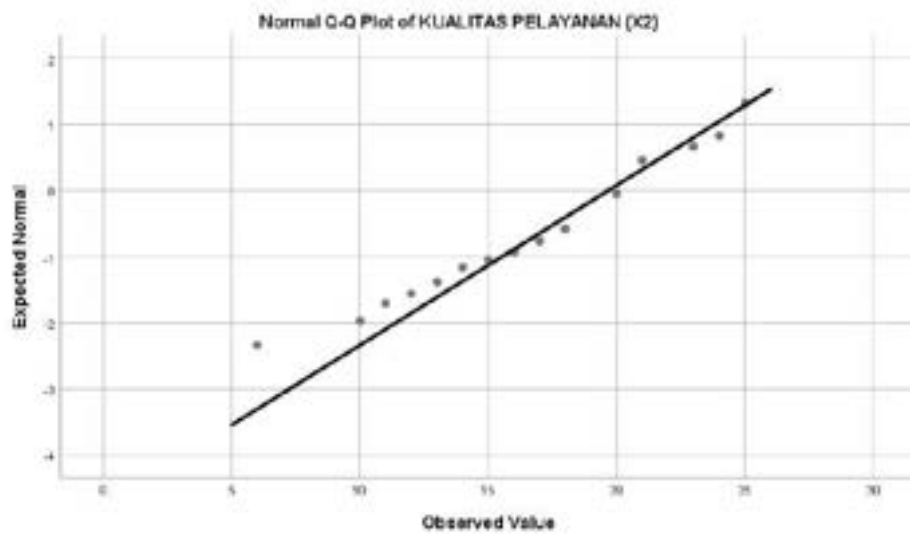
4.4.3.1 Uji Normalitas

Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Harga (X1)



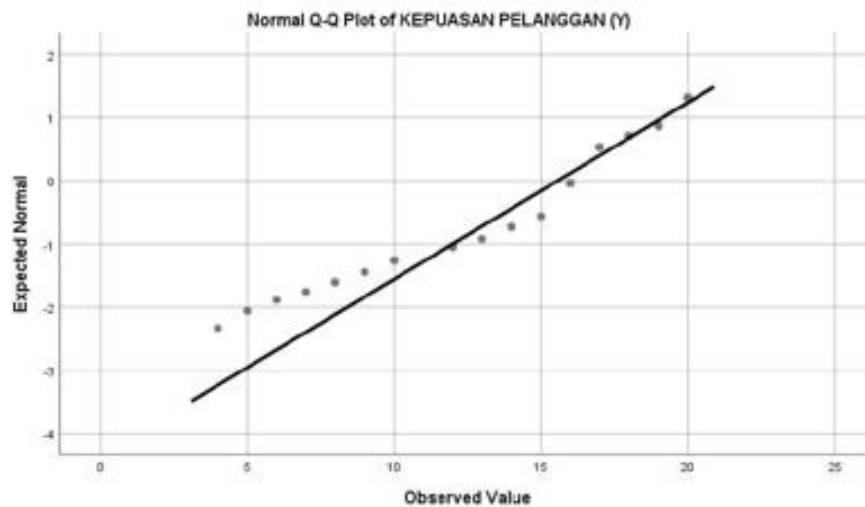
Sumber : Data Primer diolah melalui spss versi 25, 2023

Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Kualitas Pelayanan (X2)



Sumber : Data Primer diolah melalui spss versi 25, 2023

Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas Kepuasan Pelanggan (Y)

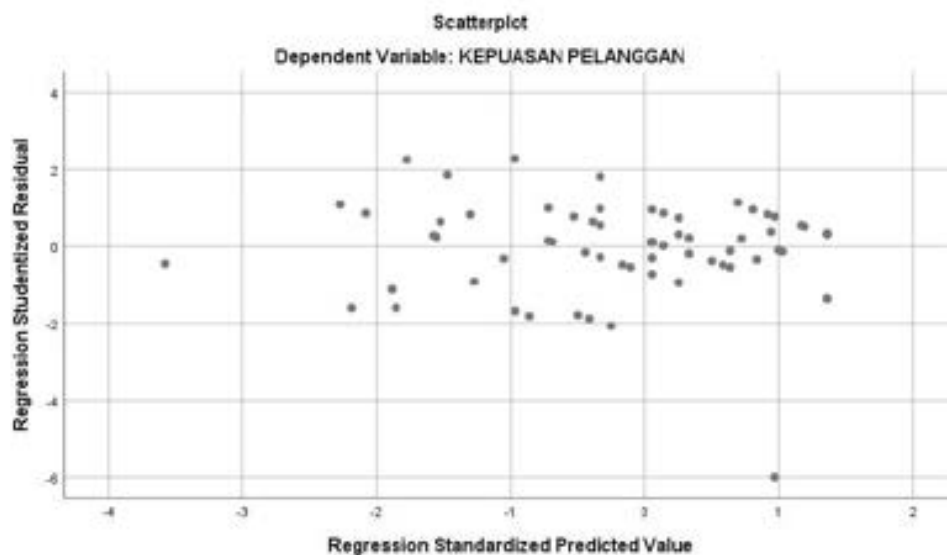


Sumber : Data Primer diolah melalui spss versi 25, 2023

Berdasarkan grafik Normal Q-Q Plot pada variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y), maka dapat dilihat bahwa data menyebar disepanjang garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

4.4.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Primer diolah melalui spss versi 25, 2023

Berdasarkan gambar 4.5, dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

4.4.3.3 Uji Multikolinieritas

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.760	1.335		1.319	.190		
	HARGA PRODUK (X1)	.222	.110	.190	2.014	.047	.507	1.972
	KUALITAS PELAYANAN (X2)	.520	.082	.603	6.381	.000	.507	1.972

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN (Y)

Sumber : Data Primer diolah melalui spss versi 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.13 pada variabel Harga (X1) nilai tolerance yaitu sebesar 0.507 dan nilai VIF 1.972. Sedangkan untuk variabel Kualitas Pelayanan (X2) nilai tolerance yaitu sebesar 0.507 dan nilai VIF 1.972. Dapat disimpulkan bahwa nilai tolerance pada variabel (X1) dan (X2) > 0.1 sedangkan nilai VIF pada variabel (X1) dan (X2) < 10 yang berarti bahwa hasil uji data ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas.

4.4.4 Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruhnya 2 variabel independent atau lebih terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji

regresi linier berganda yang dilakukan yaitu mencakup variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Tabel 4.13
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.760	1.335		1.319	.190
	HARGA PRODUK (X1)	.222	.110	.190	2.014	.047
	KUALITAS PELAYANAN (X2)	.520	.082	.603	6.381	.000
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN (Y)						

Sumber : Data Primer diolah melalui spss versi 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.14, maka dapat diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 1.760 + 0.222 X_1 + 0.520 X_2 + e$$

Dari data yang diperoleh, maka dapat dijelaskan bahwa :

- a. Jika segala sesuatu pada variabel-variabel bebas seperti harga dan kualitas pelayanan dianggap nol, maka nilai kepuasan pelanggan (Y) sebesar 1.760
- b. Jika terjadi peningkatan pada variabel harga (X1) sebesar 1 %, maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0.222 %
- c. Jika terjadi peningkatan pada variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 1 %, maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0.520 %

4.5 Pengujian Hipotesis

4.5.1 Uji Parsial (Uji T)

Tabel 4.14
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.760	1.335		1.319	.190
	HARGA PRODUK (X1)	.222	.110	.190	2.014	.047
	KUALITAS PELAYANAN (X2)	.520	.082	.603	6.381	.000
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN (Y)						

Sumber : Data Primer diolah melalui spss versi 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.15, maka dapat diketahui pengaruh dari masing-masing variabel-variabel dapat dijelaskan sebagai berikut :

Perhitungan t_{tabel} yaitu :

$$t_{\text{tabel}} = df = 0.05/2 ; 100-2-1$$

$$= 0.025 ; 97$$

$$= 1.988$$

1. Uji hipotesis variabel Harga (X1) :

H_0 : Diduga tidak terdapat pengaruh secara parsial dari variabel harga (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada produk yang ada di Feline Pet Store

H_1 : Diduga terdapat pengaruh secara parsial dari variabel harga (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada produk yang ada di Feline Pet Store

Nilai sig. pada variabel harga (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 0.047 yang berarti < 0.05 , dan nilai t_{hitung} sebesar 2.014 yang berarti $> t_{\text{tabel}}$ yaitu 1.988. Maka dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya terdapat

pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel harga (X1) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

2. Uji hipotesis kualitas pelayanan (X2) :

H_0 : Diduga tidak terdapat pengaruh secara parsial dari variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada pelayanan karyawan yang ada di Feline Pet Store

H_2 : Diduga terdapat pengaruh secara parsial dari variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada pelayanan karyawan yang ada di Feline Pet Store

Nilai sig. pada variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 0.000 yang berarti < 0.05 , dan nilai t_{hitung} sebesar 6.381 yang berarti $> t_{tabel}$ yaitu 1.988. Maka dengan demikian, H_0 ditolak dan H_2 diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

4.5.2 Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4.15
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	710.350	2	355.175	61.946	.000 ^b
	Residual	556.160	97	5.734		
	Total	1266.510	99			
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN (Y)						
b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN (X2), HARGA PRODUK (X1)						

Sumber : Data Primer diolah melalui spss versi 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.16, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

Perhitungan f_{tabel} yaitu :

$$\begin{aligned}
 f_{\text{tabel}} &= 2 ; 100-2 \\
 &= 2 ; 98 \\
 &= 3.09
 \end{aligned}$$

Dapat diketahui nilai sig. dari tabel ANOVA diatas yaitu sebesar 0.000 yang berarti < 0.05 . Dengan demikian, keputusannya yaitu H_0 ditolak dan H_3 diterima. Selain itu nilai f_{hitung} sebesar 61.946 yang berarti $> f_{\text{tabel}}$ yaitu 3.09 dengan nilai signifikansi sebesar 5 %. Maka dapat disimpulkan bahwa, dari masing-masing variabel yaitu harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

4.5.3 Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji ini bertujuan untuk menentukan presentase total variasi dalam variabel dependen yang diterangkan oleh variabel independen, maka model summary yang digunakan yaitu pada R Square.

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.749 ^a	.561	.552	2.394
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN (X2), HARGA PRODUK (X1)				

Sumber : Data Primer diolah melalui spss versi 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.17, maka dapat dilihat nilai dari R Square pada tabel Model Summary adalah sebesar 0.561 atau sebesar 56,1 %, ini artinya pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah 56,1 % sedangkan sisanya (100 % - 56,1 %) 43,9 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti ataupun tidak dibahas dalam penelitian ini.

4.6 Pembahasan

Berdasarkan hasil Uji Parsial (Uji T) pada variabel harga (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y), maka dapat diketahui bahwa harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang berkunjung ke Feline Pet Store Tanjung Selor, dengan hasil pengolahan data secara parsial sebesar 19 %. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0.047 yang berarti < 0.05 . Sedangkan untuk nilai t_{hitung} sebesar 2.014 yang berarti $> t_{tabel}$ yaitu 1.988, artinya, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Ini menunjukkan bahwa semakin baik harga produk yang ditawarkan oleh pihak Feline Pet Store, maka akan semakin berakibat baik pula terhadap kepuasan pelanggan yang berkunjung ke Feline Pet Store.

Berdasarkan hasil Uji Parsial (Uji T) pada variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y), maka dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang berkunjung ke Feline Pet Store, dengan hasil pengolahan data secara parsial sebesar 60,3 %. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0.000 yang berarti < 0.05 . Sedangkan untuk nilai t_{hitung} sebesar 6.381 yang berarti $> t_{tabel}$ yaitu 1.988, artinya, H_0 ditolak dan H_2 diterima. Ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Feline Pet Store, maka akan semakin berakibat baik pula terhadap kepuasan pelanggan yang berkunjung ke Feline Pet Store.

Lalu, berdasarkan hasil Uji Simultan (Uji F), maka dapat diketahui bahwa terdapatnya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama (simultan). Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0.000 yang berarti < 0.05 . Sedangkan untuk nilai f_{hitung} sebesar 61.946 yang berarti

$> f_{\text{tabel}}$ yaitu 3.09, artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa, dari masing-masing variabel yaitu harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Selanjutnya, berdasarkan Uji Koefisien Determinan (R^2), maka dapat diketahui bahwa nilai dari R Square sebesar 0.561 atau sebesar 56,1 %, ini artinya pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 56,1 % sedangkan sisanya ($100 \% - 56,1 \%$) 43,9 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti ataupun tidak dibahas dalam penelitian ini.

Sesuai dengan adanya indikator dari harga menurut Kotler dan Amstrong (2018, hlm. 78) diantaranya yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat dan harga sesuai kemampuan atau daya saing harga. Indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2014 : 282) diantaranya yaitu berwujud (*tangible*), empati (*emphaty*), daya tanggap (*responsiviness*), keandalan (*reliability*) dan jaminan (*assurance*). Dan, untuk indikator kepuasan pelanggan menurut Irawan (2008) dalam penelitian Nurjayani (2021:31) diantaranya yaitu perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya), selalu membeli produk, akan merekomendasikan kepada orang lain, dan terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk.

Hal ini sejalan dengan pendapatnya Indrasari (2019:87-88), beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya adalah harga dan juga kualitas pelayanan. Produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah, menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan. Selain itu, dari segi kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, maka kesimpulannya sebagai berikut :

1. Variabel Harga (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Feline Pet Store Tanjung Selor. Artinya, semakin baik harga produk yang ditawarkan oleh pihak Feline Pet Store, maka akan semakin berakibat baik pula terhadap kepuasan pelanggan yang berkunjung ke Feline Pet Store.
2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Feline Pet Store Tanjung Selor. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Feline Pet Store, maka akan semakin berakibat baik pula terhadap kepuasan pelanggan yang berkunjung ke Feline Pet Store.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, maka peneliti mengajukan saran-saran sebagai berikut :

1. Diharapkan agar Feline Pet Store perlu memperhatikan prioritas pada keterjangkauan harga produk yang ditawarkan dan juga kemampuan produk yang dapat bersaing terhadap petsop/petstore yang lain.
2. Diharapkan agar Feline Pet Store perlu memperhatikan prioritas pada karyawan yang mampu memberikan perhatian secara personal, serta lebih

ramah terhadap pelanggan. Hal ini tentunya akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan dapat menambah pelanggan yang baru nantinya.

3. Bagi peneliti selanjutnya, jika hendak memperluas penelitian dengan variabel yang sama, diharapkan agar mengkaji lebih dalam dan menambahkan variabel-variabel yang diprediksikan mampu menjadi faktor-faktor pendukung yang turut mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Feline Pet Store Tanjung Selor.

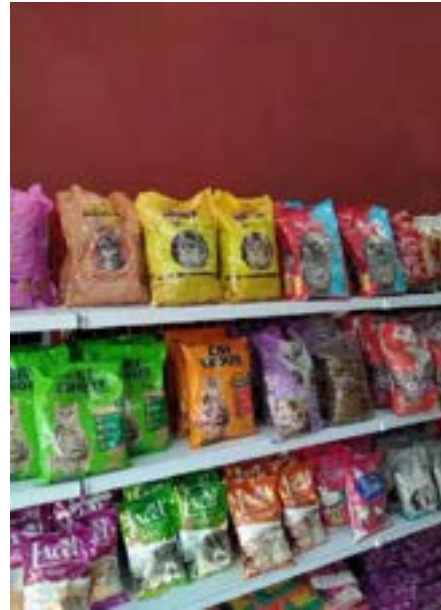
DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Atmaja, Jaka. 2018. “Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB.” *Ekodomics* 2: 50.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Ebert, R., J, R., & Griffin, R. W. 2003. *Introducing of Business*. 6th ed. New York.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas.
- . 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 25. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Harini. 2008. *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta: PT Gramedia Utama Pustaka.
- Kotler, Philip., dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. ed. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. 2018. “Principles of Marketing” ed. GLOBAL. 17.
- Kotler, Philip and Gory Amstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. 12th ed. Jakarta: Erlangga.
- Lemeshow, Dkk. 1997. *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. ed. Dibyo Pramono. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Lewis, A., Krageloh C. U., & Shepherd, D. 2009. “Pet Ownership, Attachment and Health-Rated Quality of Life in New Zealand.” *Electronic Journal of Applied Psychology* 5: 96–101.
- Rachmatullah, R., Kardha, D., & Yudha, M. P. 2020. “Aplikasi E-Commerce Petshop Dengan Fitur Petpedia. Go Infotech.” *Jurnal Ilmiah STMIK AUB* 26. <https://doi.org/10.36309/goi.v26i1.120>.
- Sadya, Sarnita. 2022. “Anjing Dan Kucing Jadi Peliharaan Favorit Warga Asia.” *Data Rekuten Indonesia.id*. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/anjing-dan-kucing-jadi-peliharaan-favorit-warga-asia>.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. ed. Cv Andi. Yogyakarta.
- Septiyanti, D., & Nadjamuddin, S. 2018. “Sistem Informasi Penjualan, Pengadaan Dan Jasa Grooming Pada Momo Petshop & Care.”
- Setyaningrum, Ari. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. ed. Andi Offs. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- . 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2011. *Analisis Regresi Dan Uji Hipotesis*. Jakarta: CAPS.
- Tjiptono, F. 2012. *Strategi Pemasaran*. Kedua. ed. Andi Offset. Yogya.
- . 2014. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang.
- Tontowi, Arif. Jauhar. 2016. *Penelitian Kuantitatif Dan Analisis Data Menggunakan Sem Spss Amos 20*. Makassar: Dapur Buku.

DOKUMENTASI





HARGA PRODUK DOMINAN

NO	DRYFOOD	HARGA	NO	WETFOOD KALENG	HARGA
1.	BOLT CAT A 1 KG	30K	1.	HAPPYCAT RECOVERY	23K
2.	BOLT CAT K 1 KG	32K	2.	LIFECAT CAN	20K
3.	EXEL A 500 GR	15K	3.	ROYALCANIN RECOVERY	62K
3.	EXEL K&M 500GR	17K		AKSESORIS	HARGA
4.	CAT CHOIZE A	25K	1.	KALUNG KUCING	12K
5.	CAT CHOIZE K	32K	2.	TALI HERNEST KUCING	27K
	OBAT-OBATAN	HARGA	3.	ROLLER REFIL	25K
1.	ROYALCARE	23K	4.	SEKOP CAT LITTER	14K
2.	CATYDOL CAT	25K	5.	SIKAT GIGI	30K
3.	PRIMACAT	23K	6.	TEMPAT MAKAN GANDENG	22K
	VITAMIN	HARGA	7.	TAS KUCING	160K
1.	VITAPET	30K	8.	BOX LITTER	35K
2.	BIGBODY	45K		CAT LITTER	HARGA
	SHAMPOO	HARGA	1.	ORIFIL	46K
1.	SHAMPOO 3 IN 1	23K	2.	CLEAN 8L	45K
2.	ANIMAL SHAMPOO	23K	3.	CLEAN 10L	80K

Tanjung Selor, 23 Maret 2023

Perihal : Balasan
Kepada Yth :
Cq. Ketua Jurusan Manajemen
Universitas Kaltara
Di -

Tanjung Selor

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fajar Maulana Akbar, S. E

Jabatan : Pimpinan Feline Pet Store

Menerangkan bahwa,

Nama : Syarifah Noorhani

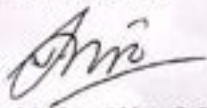
NPM : 201941036

Jabatan : Mahasiswa Universitas Kaltara

Menindak lanjuti surat permohonan penelitian dari pihak kampus Universitas Kaltara, kami telah menyetujui mahasiswa Bapak/Ibu melakukan penelitian pada Feline Pet Store kami sebagai salah satu syarat penyusunan skripsi dengan judul :
PENGARUH HARGA & KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA FELINE PET STORE TANJUNG SELOR.

Demikian surat ini kami sampaikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya, dan atas kerjasamanya saya mengucapkan banyak terimakasih.

Pimpinan,
Feline Pet Store


Fajar Maulana Akbar, S. E

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, pimpinan Feline Pet Store Tanjung Selor menerangkan :

Nama : Syarifah Noorhani
NPM : 201941036
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : **PENGARUH HARGA & KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
FELINE PET STORE TANJUNG SELOR**

Menyatakan bahwa tersebut telah melakukan penelitian sejak tanggal 25 Maret 2023 sampai dengan 26 Mei 2023 di Feline Pet Store Tanjung Selor.

Demikian surat keterangan ini kami buat agar dipergunakan dengan semestinya .

Tanjung Selor, 6 Juli 2023

Pimpinan
Feline Pet Store,



Fajar Maulana Akbar, S. E

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH HARGA & KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA FELINE PET STORE
TANJUNG SELOR

Yth. Bapak/Ibu, Saudara/i

Assalamu'alaikum Wr. Wb. & Salam Sejahtera

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir mahasiswa (skripsi), perkenalkan nama saya Syarifah Noorhani (201941036) dari jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi di Universitas Kaltara. Maka dengan ini, saya mengharapkan kesediaan dan partisipasi dari Bapak/Ibu, Saudara/i untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner penelitian yang telah saya buat. Identitas dan jawaban dari Bapak/Ibu, Saudara/i akan dirahasiakan dan hanya dipergunakan untuk penelitian.

Atas kesediaan dan partisipasi dari Bapak/Ibu, Saudara/i dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

A. Identitas Responden

Mohon untuk dibaca secara seksama, silahkan isi identitas dan pilihlah check list (√) untuk salah satu jawaban dari butir pernyataan berikut ini.

Nama :

No. Hp :

Jenis kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Usia : ☐ <20 tahun ☐ >20 tahun

Pekerjaan : ☐ PNS ☐ Karyawan swasta
☐ Wiraswasta ☐ Pelajar/Mahasiswa
☐ Lainnya

B. Tanggapan Responden

Kriteria Penilaian : Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1
Tidak Setuju (TS) : Skor 2
Netral (N) : Skor 3
Setuju (S) : Skor 4
Sangat Setuju (SS) : Skor 5

- a) Apakah kebutuhan & perlengkapan hewan peliharaan Anda (seperti pakan kucing/anjing, obat-obatan, vitamin, dsb), sudah terpenuhi dengan hadirnya Feline Pet Store (salah satu toko hewan peliharaan) yang berlokasi di jl. Duku Tanjung Selor?

☐ Ya ☐ Tidak

- b) Apakah Feline Pet Store memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh pet shop/pet store lain?

☐ Ya ☐ Tidak

- c) Berapa kali Anda melakukan pembelian produk (pakan kucing/anjing, obat-obatan, vitamin, dsb) ke Feline Pet Store?

☐ 1 kali ☐ >1 kali

a. Variabel Harga (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Harga produk yang ditawarkan cukup terjangkau.					
2.	Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitasnya.					
3.	Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang diterima.					
4.	Harga produk yang mampu bersaing dengan tempat lain.					

b. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Interior tempat yang menarik & peralatan yang lengkap.					
2.	Karyawan yang memberikan					

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	perhatian personal kepada pelanggan (ucapan selamat datang terima kasih, dan maaf apabila terjadi sesuatu hal)					
3.	Karyawan yang memberikan pelayanan cepat & tanggap.					
4.	Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan secara akurat & memuaskan.					
5.	Kemampuan karyawan yang kompetensi, sopan dan dapat dipercaya.					

c. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Perasaan puas dari pelanggan terkait dengan produk berkualitas dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan.					
2.	Selalu membeli produk dikarenakan produk berkualitas dan harga terjangkau.					
3.	Merekomendasikan tempat ini kepada orang lain (kerabat, teman dll) dikarenakan produk maupun kualitas pelayanan yang diberikan sudah baik.					
4.	Harapan pelanggan yang terpenuhi setelah membeli					

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	produk dan merasakan pelayanan yang sudah diberikan oleh karyawan.					

TABULASI DATA PENELITIAN

Sampel	Variabel Harga (X1)			
1.	2	2	2	4
2.	5	5	5	5
3.	5	4	4	5
4.	5	5	5	5
5.	5	5	5	5
6.	5	4	5	4
7.	5	5	5	5
8.	4	4	4	5
9.	2	4	4	4
10.	4	4	4	4
11.	4	4	4	4
12.	4	4	4	4
13.	4	4	4	4
14.	5	5	5	2
15.	5	5	5	5
16.	4	4	4	4
17.	4	4	4	4
18.	5	5	5	5
19.	4	4	4	4
20.	5	5	5	5

21.	4	4	5	4
22.	4	4	4	4
23.	5	5	5	5
24.	4	4	4	4
25.	4	4	4	4
26.	4	4	4	4
27.	4	4	4	4
28.	4	4	4	4
29.	4	4	4	4
30.	4	4	4	4
31.	4	4	4	4
32.	4	4	4	4
33.	4	4	4	4
34.	4	4	4	4
35.	4	4	4	4
36.	4	4	4	4
37.	4	4	4	4
38.	4	4	4	4
39.	4	4	4	4
40.	4	4	4	4
41.	4	5	5	4
42.	4	2	4	4
43.	5	5	5	5

44.	4	4	4	4
45.	4	4	4	4
46.	4	4	4	4
47.	5	4	4	4
48.	4	2	4	2
49.	2	1	1	1
50.	2	4	4	4
51.	4	4	4	4
52.	5	5	5	5
53.	4	4	4	4
54.	2	4	5	4
55.	4	4	4	5
56.	2	1	4	1
57.	5	5	5	5
58.	4	4	4	4
59.	2	2	2	2
60.	4	4	5	2
61.	4	5	4	4
62.	5	5	5	5
63.	4	4	5	4
64.	5	5	5	5
65.	4	4	4	4
66.	4	4	4	4

67.	5	5	5	5
68.	5	5	5	5
69.	5	5	5	5
70.	2	1	2	2
71.	4	4	4	4
72.	4	4	4	4
73.	4	4	4	4
74.	4	4	4	4
75.	5	5	5	5
76.	4	4	5	5
77.	4	4	4	4
78.	2	4	2	1
79.	5	4	4	4
80.	4	4	4	4
81.	4	4	4	1
82.	4	4	4	2
83.	4	4	4	4
84.	5	1	1	5
85.	5	5	5	5
86.	5	5	5	5
87.	4	4	4	5
88.	4	4	4	2
89.	5	5	5	5

90.	4	4	5	4
91.	2	4	5	2
92.	4	4	4	4
93.	5	4	5	2
94.	1	4	4	2
95.	2	2	4	4
96.	2	4	2	1
97.	5	4	5	5
98.	4	4	4	4
99.	4	4	4	4
100.	4	4	4	4

Sampel	Kualitas Pelayanan (X2)				
1.	2	2	2	1	4
2.	5	5	5	5	5
3.	5	5	5	5	5
4.	5	5	5	5	5
5.	5	2	2	2	2
6.	4	5	5	5	5
7.	5	5	5	5	5
8.	4	4	4	4	5
9.	5	4	2	2	4
10.	4	4	5	5	5

11.	4	4	4	4	4
12.	4	4	4	4	4
13.	4	4	5	4	4
14.	2	4	4	4	4
15.	2	2	2	5	5
16.	4	4	4	4	4
17.	4	4	4	4	4
18.	4	4	4	4	5
19.	5	5	5	5	5
20.	5	5	5	5	5
21.	4	4	4	4	4
22.	2	2	2	2	2
23.	4	5	4	5	5
24.	2	2	4	4	4
25.	4	4	4	4	4
26.	4	4	4	4	4
27.	4	4	4	4	4
28.	4	4	4	4	4
29.	4	4	4	4	4
30.	4	4	4	4	4
31.	4	4	4	4	4
32.	4	4	4	4	4
33.	4	4	4	4	4

34.	4	4	4	4	4
35.	4	4	4	4	4
36.	4	5	5	5	5
37.	4	4	4	4	4
38.	4	4	4	4	4
39.	4	4	4	4	4
40.	4	5	4	4	4
41.	4	4	5	5	5
42.	1	2	2	4	4
43.	4	5	5	5	5
44.	4	4	4	4	4
45.	4	4	4	4	4
46.	4	4	4	4	5
47.	5	4	2	4	2
48.	4	2	4	2	4
49.	1	2	1	1	1
50.	4	2	2	2	4
51.	4	4	5	5	5
52.	5	5	5	5	5
53.	1	4	4	2	2
54.	4	2	4	4	4
55.	4	4	5	4	4
56.	1	1	4	5	4

57.	5	5	5	5	5
58.	4	4	4	4	4
59.	2	4	4	2	2
60.	5	5	5	5	5
61.	4	5	5	5	5
62.	5	5	5	5	5
63.	4	5	5	4	5
64.	5	5	5	5	5
65.	4	4	4	4	4
66.	4	4	4	4	4
67.	5	5	5	5	5
68.	5	5	5	5	5
69.	5	5	5	5	5
70.	4	2	4	2	2
71.	4	4	1	4	4
72.	4	4	4	4	4
73.	2	4	4	4	4
74.	4	2	4	4	4
75.	5	5	5	5	5
76.	4	4	2	4	4
77.	4	4	4	2	4
78.	1	1	1	4	4
79.	4	4	4	4	4

80.	4	4	4	4	4
81.	1	2	4	4	2
82.	2	4	4	4	4
83.	4	4	4	4	4
84.	5	5	5	5	5
85.	5	5	5	5	5
86.	5	5	5	5	5
87.	4	4	4	4	4
88.	4	4	4	4	4
89.	5	5	5	4	4
90.	4	4	4	4	4
91.	2	2	4	4	4
92.	4	4	4	4	5
93.	2	2	2	2	2
94.	2	4	2	4	2
95.	1	4	4	4	4
96.	2	2	2	5	1
97.	4	5	4	4	4
98.	4	2	4	4	4
99.	4	4	4	4	4
100.	2	2	4	4	4

Sampel	Kepuasan Pelanggan (Y)			
1.	2	2	1	1
2.	5	5	5	5
3.	5	5	5	5
4.	5	5	1	5
5.	4	5	5	4
6.	4	4	5	5
7.	5	5	5	5
8.	4	4	4	4
9.	4	4	4	2
10.	4	4	4	4
11.	4	4	4	4
12.	4	4	4	4
13.	4	5	4	4
14.	4	1	1	4
15.	4	4	4	4
16.	4	4	4	4
17.	4	4	4	4
18.	4	4	4	4
19.	5	4	4	5
20.	5	5	5	5
21.	4	4	4	4
22.	2	2	2	2

23.	5	5	5	5
24.	4	2	4	4
25.	4	4	4	4
26.	4	4	4	4
27.	4	4	4	4
28.	4	4	4	4
29.	4	4	4	4
30.	4	4	4	4
31.	4	4	4	4
32.	4	4	4	4
33.	4	4	4	4
34.	4	4	4	4
35.	4	4	4	4
36.	5	4	4	4
37.	4	4	4	4
38.	4	4	4	4
39.	4	4	4	4
40.	4	2	4	4
41.	5	5	5	5
42.	4	4	4	4
43.	5	5	5	5
44.	4	4	4	4
45.	4	4	4	4

46.	2	4	4	4
47.	4	4	4	2
48.	2	4	2	4
49.	1	1	1	2
50.	2	2	2	4
51.	4	4	5	4
52.	5	5	5	5
53.	2	4	4	4
54.	4	2	2	2
55.	4	5	4	4
56.	1	5	5	1
57.	4	4	4	4
58.	4	4	4	4
59.	4	4	4	4
60.	5	5	5	4
61.	5	5	5	5
62.	5	5	5	5
63.	4	4	5	5
64.	5	5	5	5
65.	4	4	4	4
66.	4	4	4	4
67.	5	5	5	5
68.	5	5	5	5

69.	5	5	5	5
70.	1	2	2	2
71.	4	4	4	4
72.	4	4	4	4
73.	4	4	4	4
74.	5	4	5	5
75.	5	5	5	5
76.	4	2	4	4
77.	2	4	4	4
78.	4	2	4	2
79.	4	4	4	4
80.	4	5	5	4
81.	4	2	2	4
82.	2	2	2	4
83.	4	2	4	4
84.	5	5	5	5
85.	5	5	5	5
86.	5	5	5	5
87.	4	4	4	4
88.	4	2	4	4
89.	1	1	1	1
90.	5	5	4	4
91.	2	5	1	1

92.	5	5	4	4
93.	2	2	2	2
94.	2	4	5	2
95.	1	2	2	4
96.	2	2	4	4
97.	4	4	4	4
98.	4	5	4	4
99.	5	2	4	4
100.	4	4	4	4

```

/VARIABLES=HRG1 HRG2 HRG3 HRG4 HRGTOTAL
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

Correlations						
		HARGA PRODUK	HRG2	HRG3	HRG4	HRGTOTAL
HARGA PRODUK	Pearson Correlation	1	.586**	.566**	.628**	.842**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
HRG2	Pearson Correlation	.586**	1	.738**	.502**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
HRG3	Pearson Correlation	.566**	.738**	1	.476**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
HRG4	Pearson Correlation	.628**	.502**	.476**	1	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
HRGTOTAL	Pearson Correlation	.842**	.840**	.820**	.810**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI RELIABILITAS

VARIABEL HARGA (X1)

RELIABILITY

```
/VARIABLES=HRG1 HRG2 HRG3 HRG4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.842	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HRG1	12.09	5.477	.708	.787
HRG2	12.09	5.598	.712	.786
HRG3	11.94	5.936	.693	.797
HRG4	12.18	5.260	.621	.833

VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X2)

RELIABILITY

```

/VARIABLES=HRG1 HRG2 HRG3 HRG4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.866	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP1	15.92	11.024	.633	.856
KP2	15.82	10.775	.741	.825
KP3	15.71	11.157	.726	.829
KP4	15.64	12.132	.638	.851
KP5	15.59	11.699	.726	.831

VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN (Y)

RELIABILITY

```

/VARIABLES=HRG1 HRG2 HRG3 HRG4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

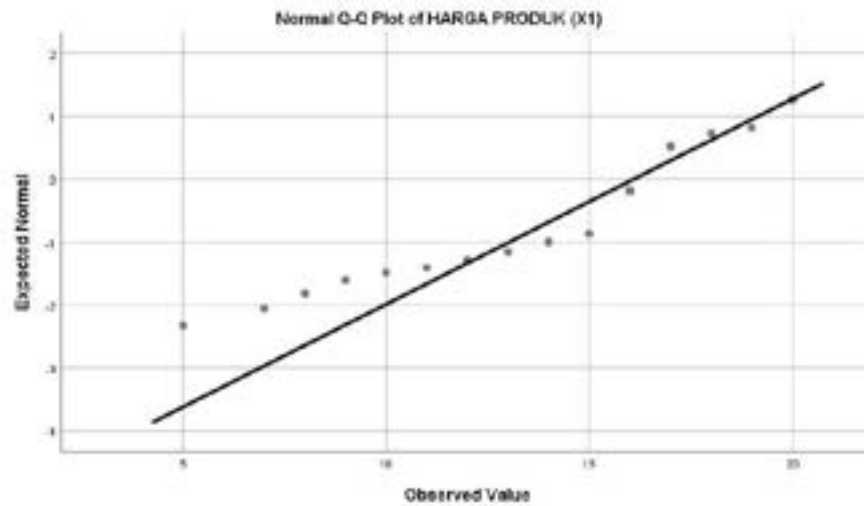
Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.860	4

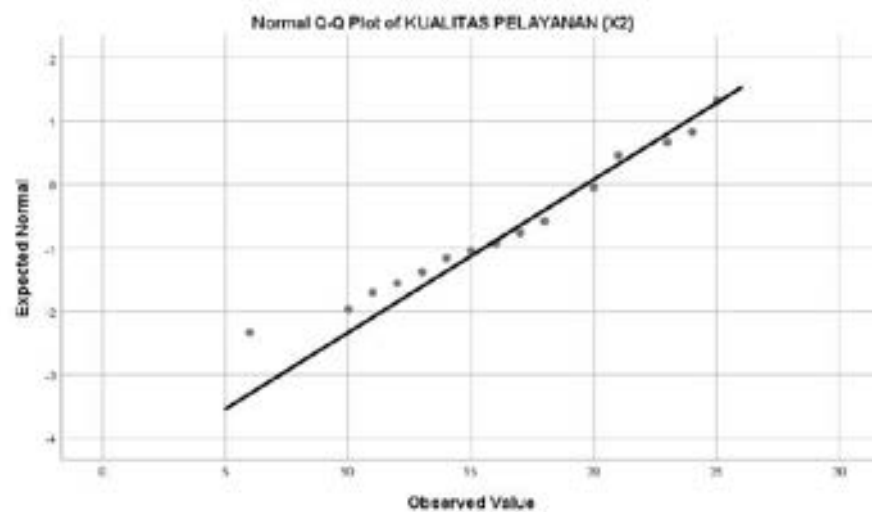
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KPL1	11.70	7.283	.736	.808
KPL2	11.71	7.521	.663	.839
KPL3	11.66	7.297	.738	.807
KPL4	11.64	8.031	.688	.829

UJI NORMALITAS

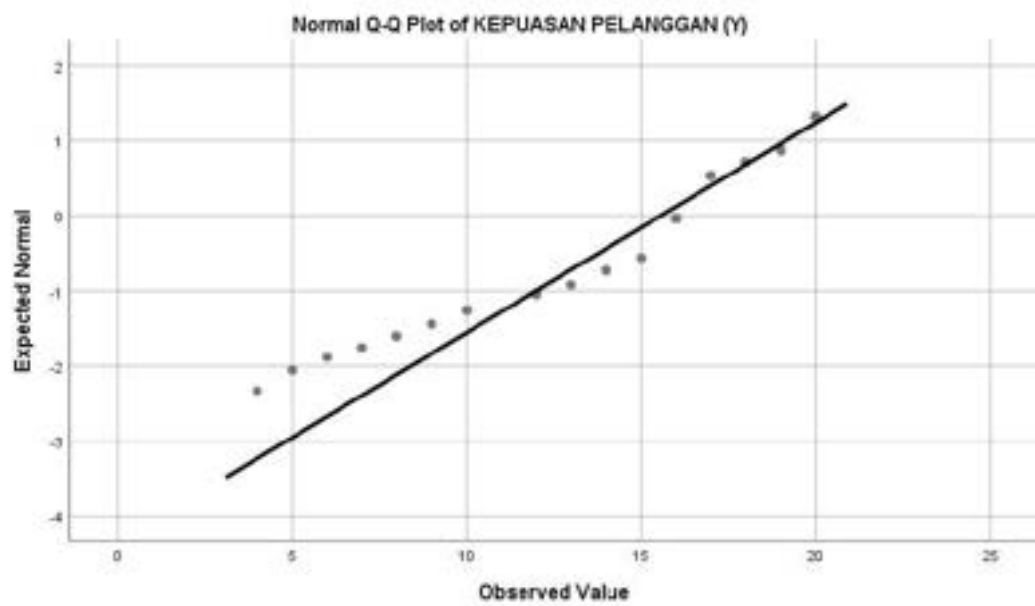
VARIABEL HARGA (X1)



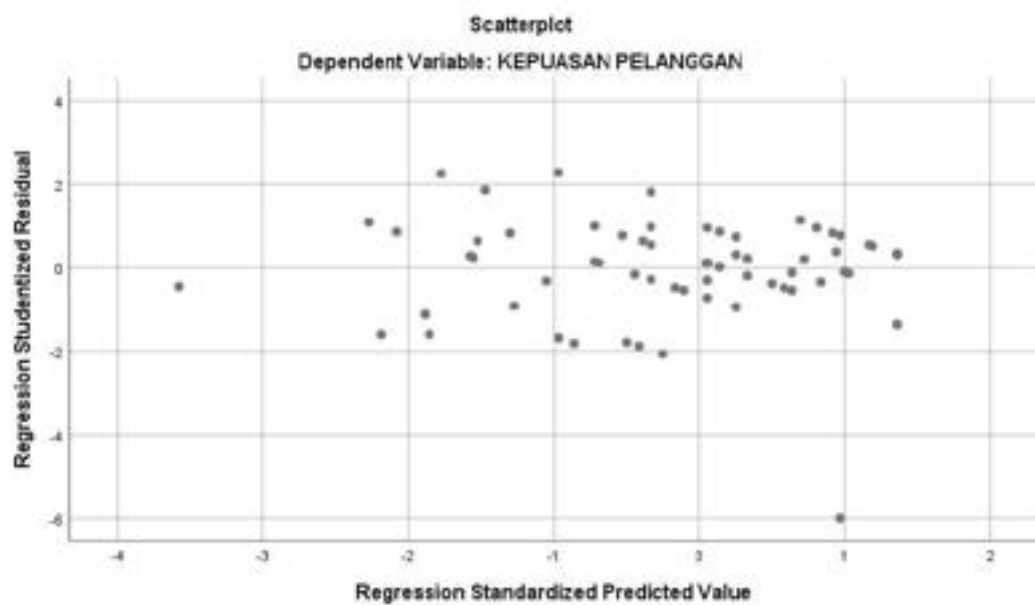
VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X2)



VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN (Y)



UJI HETEROSKEDASTISITAS



UJI MULTIKOLINIERITAS

Coefficients ^a								
		Unstandardized		Standardize			Collinearity	
		Coefficients		d			Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Toleranc	VIF
1	(Constant)	1.760	1.335		1.319	.190		
	HARGA PRODUK (X1)	.222	.110	.190	2.014	.047	.507	1.972
	KUALITAS PELAYANAN (X2)	.520	.082	.603	6.381	.000	.507	1.972

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN (Y)

UJI REGRESI LINIER BERGANDA & UJI PARSIAL (UJI T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.760	1.335		1.319	.190
	HARGA PRODUK (X1)	.222	.110	.190	2.014	.047
	KUALITAS PELAYANAN (X2)	.520	.082	.603	6.381	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN (Y)

UJI SIMULTAN (UJI F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	710.350	2	355.175	61.946	.000 ^b
	Residual	556.160	97	5.734		
	Total	1266.510	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN (Y)

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN (X2), HARGA PRODUK (X1)

UJI KOEFISIEN DETERMINAN (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.749 ^a	.561	.552	2.394
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN (X2), HARGA PRODUK (X1)				