

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KURSUS MENGENAL CV. WIJAYA KEDIRI

Yoesfi Alfian Pragana¹, Rony Kurniawan²

^{1,2}) Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur
alfiankampret30@gmail.com

Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 11/06/2022

Tanggal Revisi : 10/07/2022

Tanggal Diterima : 15/07/2022

Abstract

The purpose of this study was to determine and analyze the significant effect of service quality, facilities and prices on consumer satisfaction, either partially or simultaneously on the CV driving course. Wijaya Kediri. This study uses a quantitative approach with descriptive correlational method. The sample used in this study were 40 respondents of CV driving course consumers. Wijaya Kediri and analyzed using validity and reliability tests, classical assumption test, multiple linear regression, hypothesis testing and coefficient of determination (R Square). The conclusions of this research are (1) the quality of service partially has a significant effect on consumer satisfaction CV. Wijaya Kediri, while facilities and prices partially have no significant effect on consumer satisfaction CV. Wijaya Kediri. (2) the quality of service, facilities and prices simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction of driving courses CV Wijaya Kediri.

Keywords: Service Quality, Facilities, Price, Consumer Satisfaction

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan pada kursus mengemudi CV. Wijaya Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif korelasional. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah 40 responden konsumen kursus mengemudi CV. Wijaya Kediri dan dianalisis menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji hipotesis serta koefisien determinasi (*R Square*). Kesimpulan hasil penelitian ini adalah (1) kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Wijaya Kediri, sedangkan fasilitas dan harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Wijaya Kediri. (2) kualitas pelayanan, fasilitas dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kursus mengemudi CV. Wijaya Kediri.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Memasuki era global di persaingan dunia usaha saat ini sangatlah tajam, baik semua perusahaan jasa ataupun non jasa dituntut tidak hanya meningkatkan kualitas produk akan tetapi juga harus meningkatkan pelayanan agar tetap bisa tampil sebagai pemenang dalam persaingan. Karena maraknya bisnis pengurusan fasilitas dan pelayanan mengarahkan perencanaan yang mengutamakan kualitas pelayanan, harga dan fasilitas dengan kepuasan pelanggan yang lengkap, nyaman dan berkualitas [1]. Kompetisi yang sengit di beberapa perusahaan jasa itu Akibatnya, setiap orang di perusahaan jasa berusaha memberikan layanan dan peralatan sebaik mungkin serta harga yang bersaing untuk bisa bertahan dan sukses dalam kompetisi tersebut, pemangku usaha pun diminta untuk lebih memperbaiki kualitas pelayanan yang dipersembahkan [2].

Teruji diberbagai negara maju bahwa agar membuat para pelanggan puas mampu dilangsungkan melalui kualitas pelayanan, fasilitas dan harga yang bersaing demi menaikkan tingkat kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan cara para karyawan institusi tersebut merespon para pelanggan kelak mereka punya kesan positif terhadap institusi tersebut [3]. Fasilitas ialah barang atau perlengkapan yang disediakan oleh perusahaan agar nyaman dan berkesan kepada para pelanggan [4]. Harga ialah Jumlah yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan, atau nilai yang ditukarkan konsumen untuk menggunakan produk atau layanan tersebut [5].

Dalam penelitian yang ditulis oleh Asti dan Ayuningtyas menyatakan, dengan adanya pengembangan tingkat kritis ketika memilah produk, semakin baik akan menciptakan penggunaan jasa menjadi lebih teliti dan semakin cerdas membandingkan suatu pelayanan produk dengan produk yang lain dan memikirkan jangka panjangnya saat penggunaan jasa suatu perusahaan [6]. Begitupun pula harga dan produk yang ditawarkan, ini pula merupakan parameter utama. Harga miring dan tempat yang relevan boleh jadi untuk opsi pemilihan selaku pengguna jasa perusahaan untuk letak perusahaan tersebut.

Sama seperti penelitian oleh Irfan menyatakan, banyaknya suatu usaha yang lumayan berkompetisi baiknya trend penggarapan juga mengarah pada fasilitas yang terarah terhadap kerangka yang memprioritaskan kualitas pelayanan, harga dan fasilitas dengan kepuasan konsumen yang lengkap, nyaman dan berkualitas dan semaksimal mungkin [7]. Sebab kompetisi yang sengit antara perusahaan menyebabkan setiap perusahaan saling berkompetisi memberikan suatu layanan dan perlengkapan yang bagus, agar bisa tahan dan dapat kemenangan dalam kompetisi tersebut, pemangku usaha pun diminta agar lebih mengedepankan kualitas pelayanan yang dipersembahkan.

Melihat berbagai fenomena yang terjadi pada uraian di atas serta dirasa peran yang cukup relevan dari kepuasan konsumen terhadap kesinambungan hidup suatu usaha, maka penulis tergerak agar mengadakan penelitian tentang kepuasan konsumen yang diduga dipengaruhi fasilitas, harga dan kualitas pelayanan.

METODE

Pendekatan kuantitatif deskriptif korelasional akan dipakai dalam penelitian. Penggunaan sampel ialah 40 responden konsumen kursus mengemudi CV. Wijaya Kediri dan dianalisis menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji hipotesis serta koefisien determinasi (*R Square*).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kriteria Responden

Penelitian ditulis guna mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan konsumen CV. Wijaya Kota Kediri. Jumlah kuesioner yang dibagikan kepada responden adalah 40 dan semua yang dikembalikan sudah benar dan sesuai dengan petunjuk pengisian. Responden dalam penelitian ini menampilkan berbagai karakteristik, antara lain jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan berapa kali mereka menggunakan layanan CV. Wijaya Kediri. Deskripsi disajikan sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria Responden

Variabel	Kriteria	Frekuensi	Presentasi
Jenis Kelamin	Laki-Laki	25	62,5%
	Perempuan	15	37,5%
Usia	19-14 Tahun	18	45%
	25-30 Tahun	15	37,5%
	>31 Tahun	7	17,5%
Pekerjaan	PNS	12	30%
	Wiraswasta	5	12,5%
	Mahasiswa	23	57,5%
Penggunaan Jasa	1 Kali	12	30%
	2-3 Kali	5	12,5%
	>4 Kali	23	57,5%

Sumber: data Primer yang diolah (2022)

Analisis variabel (Y),(X1),(X2),(X3)

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 2. Variabel Kepuasan Konsumen

Indikator	frekuensi						Persentase					
	ss	s	n	ts	sts	total	ss	s	n	ts	sts	total
Y.1	5	26	9	0	0	40	12,5%	65%	22,5%	0%	0%	100%
Y.2	15	22	3	0	0	40	37,5%	55%	7,5%	0%	0%	100%
Y.3	4	27	9	0	0	40	10%	67,5%	22,5%	0%	0%	100%
Y.4	9	25	6	0	0	40	22,5%	62,5%	15%	0%	0%	100%
Y.5	3	31	6	0	0	40	7,5%	77,5%	15%	0%	0%	100%
Y.6	15	22	3	0	0	40	37,5%	55%	7,5%	0%	0%	100%
Jumlah	51	153	36	0	0	240	21,25%	63,75%	15%	0%	0%	100%

Sumber: data Primer yang diolah (2022)

Dilihat tabel di atas, memilih jawaban setuju ialah sebesar 63,75% untuk kepuasan konsumen, dapat diartikan kepuasan diberikan kepada konsumen cukup memuaskan dengan apa yang diberikan oleh CV. Wijaya Kediri. Disini berarti konsumen menyoroti kepuasan yang disodorkan cukup untuk merekomendasikan konsumen lain agar menggunakan jasa pada CV. Wijaya Kediri.

Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Tabel 3. Variabel Kualitas Pelayanan

Indikator	frekuensi						persentase					
	ss	s	n	ts	sts	total	ss	s	n	ts	sts	total
X1.1	20	12	8	0	0	40	50%	30%	20%	0%	0%	100%
X1.2	20	12	8	0	0	40	50%	30%	20%	0%	0%	100%
X1.3	14	19	6	1	0	40	35%	47,5%	15%	2,5%	0%	100%
X1.4	13	14	12	1	0	40	32,5%	35%	30%	2,5%	0%	100%
X1.5	15	19	6	0	0	40	37,5%	47,5%	15%	0%	0%	100%
X1.6	20	12	8	0	0	40	50%	30%	20%	0%	0%	100%
X1.7	15	19	6	0	0	40	37,5%	47,5%	15%	0%	0%	100%
X1.8	13	14	12	1	0	40	32,5%	35%	30%	2,5%	0%	100%
Jumlah	130	121	66	3	0	320	40,625%	37,812%	20,625%	0,9375%	0%	100%

Sumber: data Primer yang diolah (2022)

Dilihat tabel di atas, memilih jawaban sangat setuju ialah sebesar 40,635% untuk kualitas pelayanan pada CV. Wijaya Kediri. Disini berarti konsumen menyoroti kualitas pelayanan yang disodorkan cukup untuk merekomendasikan konsumen lain agar menggunakan jasa pada CV. Wijaya Kediri sangat memuaskan.

Variabel Fasilitas (X2)

Tabel 4. Variabel Fasilitas

Indikator	frekuensi						persentase					
	ss	s	n	ts	sts	total	ss	s	n	ts	sts	total
x2.1	17	16	7	0	0	40	42,5%	40%	17,5%	0%	0%	100%
x2.2	12	17	10	1	0	40	30%	42,5%	25%	2,5%	0%	100%
x2.3	17	16	7	0	0	40	42,5%	40%	17,5%	0%	0%	100%
x2.4	13	15	11	1	0	40	32,5%	37,5%	27,5%	2,5%	0%	100%
x2.5	13	16	10	1	0	40	32,5%	40%	25%	2,5%	0%	100%
x2.6	13	15	11	1	0	40	32,5%	37,5%	27,5%	2,5%	0%	100%
Jumlah	85	95	56	4	0	240	35,41%	39,58%	23,33%	1,66%	0%	100%

Sumber: data Primer yang diolah (2022)

Dilihat tabel di atas, memilih jawaban setuju ialah sebesar 39,58% untuk fasilitas CV. Wijaya Kediri dan dapat diartikan fasilitas sudah mencukupi. Disini berarti konsumen menyoroti fasilitas yang disodorkan cukup untuk merekomendasikan konsumen lain agar menggunakan jasa pada CV. Wijaya Kediri.

Variabel Harga (X3)

Tabel 5. Variabel Harga

Indikator	frekuensi					total	persentase					total
	ss	s	n	ts	sts		ss	s	n	ts	sts	
X3.1	4	29	7	0	0	40	10%	72,5%	17,5%	0%	0%	100%
X3.2	4	27	9	0	0	40	10%	67,5%	22,5%	0%	0%	100%
X3.3	6	27	7	0	0	40	15%	67,5%	17,5%	0%	0%	100%
X3.4	5	26	9	0	0	40	12,5%	65%	22,5%	0%	0%	100%
X3.5	4	27	9	0	0	40	10%	67,5%	22,5%	0%	0%	100%
X3.6	6	27	7	0	0	40	15%	67,5%	17,5%	0%	0%	100%
Jumlah	29	163	48	0	0	240	12,09%	67,91%	20%	0%	0%	100%

Sumber: data Primer yang diolah (2022)

Dilihat tabel diatas, memilih jawaban setuju ialah sebesar 67,91% untuk harga di CV. Wijaya Kediri dan dapat diartikan harga di CV. Wijaya Kediri lebih murah jika disandingkan dengan perusahaan jasa lainnya. Disini konsumen menyoroti harga yang disodorkan lumayan untuk merekomendasikan konsumen lain agar menggunakan jasa pada CV. Wijaya Kediri.

Analisis Data

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Tabel 6. Hasil Uji Validitas

No	Keterangan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Hasil Validitas
1.	X1.1	0,614	0,312	Valid
2.	X1.2	0,681	0,312	Valid
3.	X1.3	0,559	0,312	Valid
4.	X1.4	0,438	0,312	Valid
5.	X1.5	0,459	0,312	Valid
6.	X1.6	0,681	0,312	Valid
7.	X1.7	0,536	0,312	Valid
8.	X1.8	0,341	0,312	Valid
No	Keterangan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Hasil Validitas
1.	X2.1	0,382	0,312	Valid
2.	X2.2	0,743	0,312	Valid
3.	X2.3	0,574	0,312	Valid
4.	X2.4	0,685	0,312	Valid
5.	X2.5	0,391	0,312	Valid
6.	X2.6	0,769	0,312	Valid
No	Keterangan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Hasil Validitas
1.	X3.1	0,378	0,312	Valid
2.	X3.2	0,760	0,312	Valid
3.	X3.3	0,498	0,312	Valid
4.	X3.4	0,477	0,312	Valid
5.	X3.5	0,760	0,312	Valid
6.	X3.6	0,674	0,312	Valid

No	Keterangan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Hasil Validitas
1.	Y.1	0,862	0,312	Valid
2.	Y.2	0,846	0,312	Valid
3.	Y.3	0,927	0,312	Valid
4.	Y.4	0,733	0,312	Valid
5.	Y.5	0,517	0,312	Valid

Sumber: data Primer yang diolah (2022)

Dilihat dari tabel di atas, hasil data olahan variabel kepuasan konsumen (Y), kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2) dan harga (X3) Menggunakan program SPSS yang memperlihatkan semua *Pearson Correlation* mempunyai nilai di atas r tabel, jadi semua pertanyaan punya sifat valid dan dapat dibuat untuk alat mengukur analisis selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N item	Kode	nilai r tabel	Cronbach's Alpha/ hitung	Status
Kepuasan Konsumen	6	Y	0,6	0,664	Reliabel
Kualitas Pelayanan	8	X1	0,6	0,644	Reliabel
Fasilitas	6	X2	0,6	0,634	Reliabel
Harga	6	X3	0,6	0,630	Reliabel

Sumber: data Primer yang diolah (2022)

Dilihat dari tabel nilai *cronbach's alpha* kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, fasilitas dan harga lebih dari nilai Alpha. Oleh itu nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,60 artinya bisa menyimpulkan setiap variabel menyatakan *reliable*.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

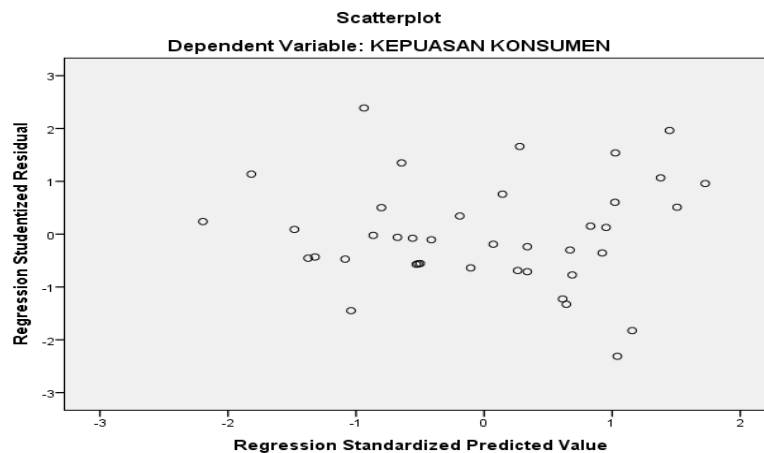
Tabel 8. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics		
Model		Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	,000		
	KUALITAS PELAYANAN	,464	,975	1,025
	FASILITAS	,822	,970	1,031
	HARGA	,453	,976	1,025

Sumber: Output SPSS data Primer yang diolah (2022)

Dilihat dari tabel diatas terdapat angka VIF di variabel kualitas pelayanan sejumlah $1,025 < 10$, variabel fasilitas sejumlah $1,031 < 10$, variabel harga sejumlah $1,025 < 10$, dapat diartikan tidak terjadi masalah multikolinearitas di ketiga variabel.

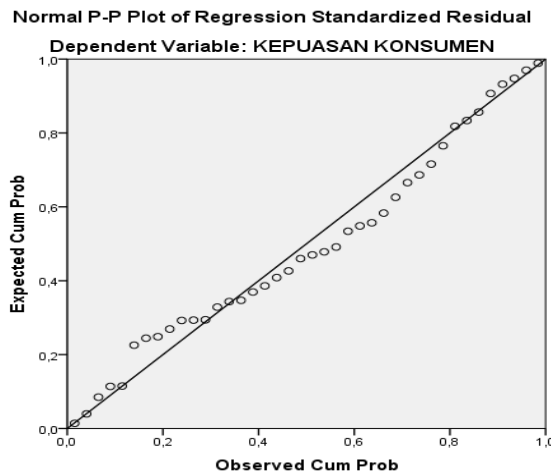
Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: *Output SPSS data Primer yang diolah (2022)*

Dilihat dari gambar di atas, menentukan hasil uji heteroskedasitas dimana Tidak ada variasi yang signifikan dalam sebaran titik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terdapat heteroskedastisitas pada data tersebut, maka dari itu model regresi layak digunakan untuk menaksir kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan, fasilitas dan harga.

Uji Normalitas



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas
Sumber: *Output SPSS data Primer yang diolah (2022)*

Hasil uji normalitas dengan *probability plot* pada gambar di atas menampakan persebaran distribusi data harus berada di sekitar area diagonal dan mengikuti arah diagonal. Melihat gambar tersebut, dapat dikatakan bahwa data dalam penelitian berdistribusi normal karena distribusi titik-titik di sekitar daerah garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Uji Autokorelasi

Tabel 9. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,362 ^a	,131	,097	2,028	2,003

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Output SPSS data Primer yang diolah (2022)

Uji Durbin Watson memperlihatkan hasil senilai 2,003. Tabel menetapkan signifikansi 0,05 (5%), sampel (n) sejumlah 40 dan variabel bebas(k) sejumlah 3, maka sebab itu tabel Durbin Watson didapati $dL = 1,3384$ dan $dU = 1,6589$, maka jika nilai $d - 1,3384 < 0,665 < 4$ mendapat simpulan tidak kedapatan autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,690	3,908		5,039	,000
	KUALITAS PELAYANAN	,225	,069	,352	3,254	,002
	FASILITAS	-,030	,081	-,040	-,373	,710
	HARGA	-,085	,116	-,080	-,740	,462

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Output SPSS data Primer yang diolah (2022)

Tabel diatas didapatkan koefisien regresi setiap persamaan regresi linear berganda menggunakan program SPSS yaitu:

$$Y = 19,690 + 0,225 X1 - 0,030 X2 - 0,085 X3$$

Nilai kepuasan konsumen selalu positif (19,690), terlepas dari kualitas layanan, fasilitas, atau harga. Fakta bahwa konsumen masih puas dengan nilai kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut masih memberikan nilai yang sangat baik bagi konsumen.

Koefisien regresi X1 sebesar 0,225 yang berarti bahwa setiap kenaikan satu unit kualitas pelayanan sebesar satu poin dapat meningkatkan poin kepuasan pelanggan senilai 0,225. Selain itu, ini berlaku untuk poin fasilitas tetap/konstan.

Koefisien regresi X2 terbilang -0,030 (negatif) dinyatakan setiap kenaikan satuan satu poin fasilitas akan menurunkan poin kepuasan konsumen senilai 0,030 begitupun sebaliknya..

Koefisien regresi X3 terbilang -0,085 (negatif) dinyatakan setiap kenaikan satuan satu poin harga akan menurunkan poin kepuasan konsumen senilai 0,085 begitupun sebaliknya.

Koefisien Determinasi (R square)

Tabel 11. Hasil Uji Determinasi Adjusted R square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,362 ^a	,131	,097	2,028

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS

Sumber : Output SPSS data Primer yang diolah (2022)

Dilihat dari tabel diatas memperlihatkan Nilai R kuadrat pada kolom “Adjusted R Square” adalah 9,7%, artinya 9,7% variasi variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Bisa diterangkan besaran pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen yaitu sejumlah 9,7%, sementara lebihnya (100 - 9,7% = 90,3%) variabel lain diluar penelitian yang akan mempengaruhi.

Uji Hipotesis

Uji t

Tabel 12. Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,690	3,908		5,039	,000
	KUALITAS PELAYANAN	,225	,069	,352	3,254	,002
	FASILITAS	-,030	,081	-,040	-,373	,710
	HARGA	-,085	,116	-,080	-,740	,462

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Output SPSS data Primer yang diolah (2022)

Dilihat dari tabel di atas, dapat diartikan untuk sig t kualitas pelayanan (X1) tertera = 0,002 terhadap kepuasan konsumen (Y) yang mana berarti $0,002 < 0,05$, hasil pengujian hipotesis uji t menolak H_0 dan menerima H_1 yang berarti kepuasan konsumen dipengaruhi signifikan oleh kualitas pelayanan pada kursus mengemudi CV. Wijaya Kediri secara parsial.

Dilihat dari tabel di atas, dapat diartikan untuk sig t fasilitas (X2) tertera = 0,710 terhadap kepuasan konsumen (Y) yang mana berarti $0,710 > 0,05$, hasil pengujian hipotesis uji t menerima H_0 dan menolak H_1 yang berarti kepuasan konsumen tidak dipengaruhi signifikan oleh fasilitas pada kursus mengemudi CV. Wijaya Kediri secara parsial.

Dilihat dari tabel diatas dapat diartikan untuk sig t harga (X3) tertera = 0,462 terhadap kepuasan konsumen (Y) yang mana berarti $0,462 > 0,05$, hasil pengujian hipotesis uji t menerima H_0 dan menolak H_1 yang berarti kepuasan konsumen tidak dipengaruhi signifikan oleh harga pada kursus mengemudi CV. Wijaya Kediri secara parsial.

Uji F

Tabel 13. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	47,228	3	15,743	3,826	,013 ^b
Residual	312,722	36	4,115		
Total	359,950	39			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS

Sumber: Output SPSS data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa untuk sig f variabel kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2) dan harga (X3) sebesar = 0,013 terhadap kepuasan konsumen (Y) hal ini berarti $0,013 < 0,05$, hasil pengujian hipotesis uji f menolak H_0 dan menerima H_4 yang berarti kualitas pelayanan, fasilitas dan harga punya pengaruh signifikan secara simultan kepada kepuasan konsumen.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Wijaya Kota Kediri

Hasil penelitian ini berdasarkan uji t dengan perhitungan signifikan sebesar 0,002. Dinyatakan perhitungan yang signifikan sebab perhitungan yang didapatkan menyatakan hasil di bawah standar uji yaitu di bawah sig $t < 0,05$ sehingga dapat dibilang signifikan. Jadi berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini menolak H_0 dan menerima hipotesis H_1 , dimana Variabel (X1) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) kepuasan konsumen secara parsial.

2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Wijaya Kota Kediri

Hasil penelitian ini berdasarkan uji t dengan perhitungan signifikan sebesar 0,710. Dinyatakan perhitungan yang tidak signifikan sebab perhitungan yang didapatkan menyatakan hasil di atas standar uji yaitu diatas sig $t > 0,05$ sehingga dapat dibilang tidak signifikan. Jadi berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini menerima H_0 dan menolak hipotesis H_2 , dimana Variabel (X2) fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) kepuasan konsumen secara parsial.

3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Wijaya Kota Kediri

Hasil penelitian ini berdasarkan uji t dengan perhitungan signifikan sebesar 0,462. Dinyatakan perhitungan yang tidak signifikan sebab perhitungan yang didapatkan menyatakan hasil di atas standar uji yaitu diatas sig $t > 0,05$ sehingga dapat dibilang tidak signifikan. Jadi berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini menerima H_1 dan menolak hipotesis H_1 , dimana Variabel (X3) harga tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) kepuasan konsumen secara parsial.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Wijaya Kota Kediri

Hasil penelitian ini berdasarkan uji f menunjukkan hasil signifikannya sebesar 0,013 di bawah standar uji $< 0,05$, maka dari itu bisa dibilang signifikan. Jadi berdasarkan hasil uji f dalam penelitian ini menolak H_0 dan menerima hipotesis H_4 , dimana Variabel (X1) kualitas pelayanan, (X2) fasilitas dan (X3) harga berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) kepuasan konsumen secara simultan.

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini adalah (1) kualitas pelayanan punya pengaruh signifikan secara parsial kepada kepuasan konsumen CV. Wijaya Kediri, sementara itu fasilitas dan harga tidak punya pengaruh

signifikan secara parsial kepada kepuasan konsumen CV. Wijaya Kediri. (2) kualitas pelayanan, fasilitas dan harga punya pengaruh signifikan secara simultan kepada kepuasan konsumen kursus mengemudi CV. Wijaya Kediri.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Tjiptono F. Pemasaran Jasa. Malang: Bayu Media Publishing; 2016.
- [2] Moha S, Loindong S. Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal EMBA* 2016;4:575–584.
- [3] Moenir. Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia. Jakarta: PT. Bumi Aksara; 2015.
- [4] Swastha DB. Manajemen Pemasaran Modern Edisi Ketiga. Yogyakarta: Liberty; 2016.
- [5] Kotler P. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Indeks, Kelompok Gramedia; 2014.
- [6] Asti E, Ayuningtyas E. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 2020;1:1–14. doi: 10.37366/ekomabis.v1i01.2.
- [7] Irfan AM. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam* 2019;9:82. doi: 10.32507/ajei.v9i2.451.