

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
CV. AUTO BAN SUMARSONO**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh :
Alexander Haditanto
171010011**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2021**

Judul : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA CV.AUTO BAN SUMARSONO.

Nama : Alexander Haditanto

NIM : 171010011

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202

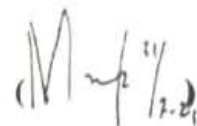

Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.
NIDN : 0115088601

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA CV.AUTO BAN SUMARSONO.
Nama : Alexander Haditanto
NIM : 171010011
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 25 Juli 2021
Dewan Penguji,

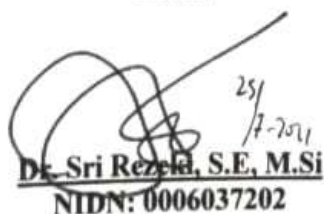
Ketua I : Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si
NIDN : 0104127904



Penguji II : Bambang Sutejo. S.Kom., S.E., M.M
NUP : 9901001658



STIE Eka Prasetya
Ketua,



Dr. Sri Rezela, S.E., M.Si
NIDN: 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S-1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Alexander Haditannto
NIM	171010011
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Auto Ban Sumasono
Pembimbing Tugas Akhir :	
Pembimbing-I	Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si
Pembimbing-II	Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 7 Juni 2021



Alexander Haditanto

171010011

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV. AUTO BAN SUMARSONO”** sesuai dengan waktu yang sudah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, ST.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si. sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya Proposal Skripsi ini.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Fransiska Karolina Tampubolon, M.Pd.
4. Wakil Ketua Dua Bidang Keuangan STIE Eka Prasetya Bapak Herry Andipoh, B.Comm.
5. Wakil Ketua Tiga Bidang Kemahasiswaan STIE Eka Prasetya Bapak Junaidi Habidin, S.M.
6. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M.,
7. Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya Proposal Skripsi ini.

8. Kepala Bagian Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E.
9. Kepala Bagian Keuangan STIE Eka Prasetya Ibu Elysa, S.M.
10. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai STIE Eka Prasetya Medan.
11. Kedua orang tua saya yang tercinta, saudara-saudari saya serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moral, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari Skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan Skripsi ini sangat diharapkan penulis.

Akhir kata, semoga Skripsi ini bermanfaat bagi pembaca. Terima Kasih.

Medan, 7 Juni 2021
Penulis



Alexander Haditanto
171010011

ABSTRAK

Alexander Haditanto, 2021, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Auto Ban Sumarsono, STIE Eka Prasetya, Program, Studi Manajemen, Pembimbing I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si., Pembimbing II : Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Auto Ban Sumarsono. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu yang diperoleh dalam bentuk angka dan bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pada CV Auto Ban Sumarsono sebanyak 3.744 responden dan sampel pada penelitian ini sebanyak 97 Responden yang dihitung menggunakan rumus *Slovin*.

Data analisis menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Kepuasan Konsumen = 17.957 + 0,255 Kualitas Pelayanan + 0,171 Harga + e**. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Auto Ban Sumarsono berdasarkan hasil uji secara parsial yaitu nilai $t_{hitung} 3.527 > t_{tabel} 1,98525$ dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Auto Ban Sumarsono berdasarkan hasil uji secara parsial yaitu nilai $t_{hitung} 2.100 > t_{tabel} 1,98525$ dan nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Auto Ban Sumarsono berdasarkan hasil uji secara simultan yaitu nilai $F_{hitung} 11.192 > F_{tabel} 3.09$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai *R Square* R^2 adalah sebesar 0.192 berarti Kualitas Pelayanan dan Harga dapat menjelaskan Kepuasan Konsumen sebesar 19,2% dan sisanya 80.8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini seperti harga, persepsi

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Alexander Haditanto, 2021, Effects of Service Quality and Price on Customer Satisfaction on CV. Auto Ban Sumarsono, STIE Eka Prasetya, Programs, Management Studies, Advisor I: Dr. Sri Rezeki, S.E., .M.Si., Advisor II: Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.

This study aims to determine the Effect Service Quality and Price on Customer Satisfaction on CV. Auto Ban Sumarsono. The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this study is quantitative data, which is obtained in the form numbers. Source of data in the form of primary data and secondary data. Primary data obtained from questionnaires, secondary data obtained from companies, journals and books relating to Service Quality, Price and Customer Satisfaction. The population in this study amounted to 3.744 respondents and sampel for this study is 97 repondents which is get from slovin methode Data analysis using multiple linear regression analysis methods.

Data analysis using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation Consumer Satisfaction = 17.957 + 0.255 Quality of Service + 0.171 Price + e. The results of the research analysis show that Service Quality has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction at CV. Auto Ban Sumarsono based on the partial test results, namely the tcount value of 3.527 > ttable 1.98525 and a significant value of 0.001 <0.05. The results showed that the price had a significant effect on consumer satisfaction at CV. Auto Ban Sumarsono based on the partial test results, namely the tcount value of 2.100 > ttable 1.98525 and a significant value of 0.002 <0.05. The results showed that Service Quality and Price had a significant and significant effect on Consumer Satisfaction at CV. Auto Tire Sumarsono based on the test results simultaneously, namely the value of Fcount 11.192 > Ftable 3.09 with a significant value of 0.000 <0.05. The results of this study are supported by the value of R Square R2 which is 0.192 which means that Service Quality and Price can explain consumer satisfaction by 19.2% and the remaining 80.8% is influenced by other variables outside of this study such as price, perception.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

KATA PENGANTAR..... iv

ABSTRAK vi

ABSTRACT vii

MOTTO viii

PERSEMBAHAN..... ix

DAFTAR ISI..... x

DAFTAR TABEL xv

DAFTAR GAMBAR..... xvi

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian..... 1

1.2. Identifikasi Masalah 5

1.3. Batasan Masalah 5

1.4. Rumusan Masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian	6
1.6. Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU	7
2.1. Tinjauan Pustaka	7
2.1.1. Kepuasan Konsumen.....	7
2.1.1.1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	7
2.1.1.2. Elemen Kepuasan Konsumen	8
2.1.1.3. Indikator Kepuasan Konsumen.....	9
2.1.2. Kualitas Pelayanan	10
2.1.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	10
2.1.2.2. Prinsip Prinsip Kualitas Pelayanan	11
2.1.2.3. Indikator Kualitas Pelayanan	12
2.1.3. Harga	13
2.1.3.1. Pengertian Harga.....	13
2.1.3.2. Tujuan Penetapan Harga	14
2.1.3.3. Indikator Harga	15

2.2. Penelitian Terdahulu	16
2.3. Kerangka Pemikiran	18
2.4. Hipotesis	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	20
3.1.1. Lokasi Penelitian	20
3.1.2. Waktu Penelitian	20
3.2. Jenis dan Sumber Data Penelitian	20
3.2.1. Jenis Data	20
3.2.2. Sumber Data.....	21
3.3. Populasi dan Sampel	21
3.3.1. Populasi	21
3.3.2. Sampel	21
3.4. Defenisi Operasional Variabel Penelitian.....	22
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.6. Teknik Analisa Data	24
3.6.1. Uji Validitas	24

3.6.2 Uji Reliabilitas	25
3.7. Uji Asumsi Klasik	25
3.7.1. Uji Normalitas	25
3.7.2 Uji Multikolinearitas	26
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	26
3.8. Analisis Regresi Linear Berganda	27
3.9. Uji Hipotesis	27
3.9.1. Uji t (Parsial)	27
3.9.2. Uji F (Serempak)	28
3.10 Uji R^2 (Koefisien Determinasi)	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1. Hasil Penelitian	29
4.1.1. Sejarah Singkat CV. Auto Ban Sumarsono	29
4.1.2. Visi dan Misi CV. Auto Ban Sumarsono	29
4.1.3. Struktur Organisasi CV. Auto Ban Sumarsono	30
4.1.4. Karakteristik Responden	33
4.1.4.1. Berdasarkan Jenis Kelamin	33

4.1.4.2. Berdasarkan Usia.....	34
4.1.5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	34
4.1.5.1. Uji Validitas	34
4.1.5.2. Uji Reliabilitas.....	37
4.1.6. Uji Asumsi Klasik.....	39
4.1.6.1. Uji Normalitas	39
4.1.6.2. Uji Multikolinearitas	42
4.1.6.3. Uji Heteroskedastisitas	44
4.1.7. Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
4.1.8. Uji Hipotesis	47
4.1.8.1. Uji t (Uji Secara Parsial)	47
4.1.8.2. Uji F (Uji Secara Simultan).....	49
4.1.9. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	50
4.2. Pembahasan	51
4.2.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	51
4.2.2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen	52
4.2.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	53

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN

AKADEMIS.....	55
5.1. Kesimpulan.....	55
5.2. Implikasi Manajerial	56
5.3. Saran Akademis.....	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN PENELITIAN

SURAT BALASAN RISET

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Produk Ban Dijual dan Jenis Service CV. Auto Ban Sumarsono.....	1
Tabel 1.2	Tabel Penjualan CV. Auto Ban Sumarsono.....	2
Tabel 1.3	Tabel Data Keluhan CV. Auto Ban Sumarsono	3
Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	23
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>	25

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	18
------------	---------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner

Lampiran 2 : Tabulasi Kuisisioner Uji Validitas

Lampiran 3 : Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 : Tabulasi Kuisisioner Responden

Lampiran 5 : Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kendaraan merupakan salah satu kebutuhan yang dibutuhkan oleh setiap lapisan masyarakat dalam beraktivitas. Setiap kendaraan pasti membutuhkan komponen yang dinamakan Ban. Ban adalah peranti yang menutupi velg suatu roda. Ban adalah bagian penting dari kendaraan darat, dan digunakan untuk mengurangi getaran yang disebabkan ketidakrataan permukaan jalan, melindungi roda dari aus dan kerusakan, serta memberikan kestabilan antara kendaraan dan tanah untuk meningkatkan percepatan dan mempermudah pergerakan. CV Auto Ban Sumarsono merupakan salah satu usaha yang dimana bergerak di bidang penjualan dan juga service dari ban mobil. beberapa jenis service dan produk yang ditawarkan oleh CV. Auto Ban Sumarsono

Tabel 1.1
Produk Ban yang Dijual dan Jenis Service CV. Auto Ban Sumarsono

Produk Ban	Jenis Service
Bridgestone	Spooring dan Balancing Ban Ganti Ban Dalam dan Luar Tempel Ban dan Nitrogen Ganti Oli dan Velg Mobil
Yokohama	
Hankook	
Dunlop	

Sumber: CV. Auto Ban Sumarsono

Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Namun kepuasan konsumen terhadap CV. Auto Ban Sumarsono mengalami penurunan dimana

usaha ini mengalami penurunan penjualan yang disebabkan oleh menurunnya kepuasan dari pelanggan CV. Auto Ban Sumarsono ini. Data penjualan CV. Auto Ban Sumarsono dalam lima tahun terakhir dapat di lihat pada tabel 1.2 berikut ini.

Tabel 1.2
Tabel Penjualan CV. Auto Ban Sumarsono

Tahun	Pencapaian Penjualan	Persentase Pencapaian
2016	2.812.392.000	
2017	2.791.239.000	-0,75%
2018	2.758.272.000	-1,18%
2019	2.693.212.000	-2,36%
2020	2.431.223.000	-9,73%

Sumber : CV. Auto Ban Sumarsono Tahun 2021

Dari tabel I.2 di atas dapat terlihat penjualan perusahaan dari tahun ketahun menurun dimana dapat terlihat bahwa pada tahun 2020 penurunan mencapai 9,73% dan penjualan perusahaan juga menurun dari tahun ketahun. Penurunan penjualan ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor yaitu kualitas pelayanan dan juga harga.

Kualitas Pelayanan adalah tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna. Hal ini berarti bahwa layanan tersebut berkualitas jika perusahaan atau lembaga tertentu mampu menyediakan produk dan jasa (layanan) sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan atau pengguna. Kualitas layanan sering digunakan sebagai dasar untuk produk layanan karena produk utama yang dipasarkan adalah layanan yang berkualitas dan layanan ini dibeli oleh pelanggan. Kualitas pelayanan pada CV. Auto Ban Sumarsono mengalami masalah dimana pelayanan yang diberikan oleh karyawan CV. Auto Ban Sumarsono kurang baik. Hal ini dapat terlihat pada tabel 1.3 berikut ini:

Tabel 1.3
Tabel Data Keluhan CV. Auto Ban Sumarsono

No	Bulan	Jumlah Keluhan	Alasan
1	Januari	7	1. karyawan yang kurang ramah 2. service yang di berikan toko kurang memuaskan 3. kurangnya penawaran / promo yang menarik 4. pengerjaan mekanik yang terlampau lama
2	Februari	8	
3	Maret	6	
4	April	6	
5	Mei	7	
6	Juni	4	
7	Juli	5	
8	Agustus	4	
9	September	6	
10	Oktober	4	
11	November	5	
12	Desember	3	

Dari tabel I.3 diatas, terlihat bahwa keluhan yang paling banyak berada pada bulan Juni di mana keluhan mencapai 19 keluhan, dimana keluhan – keluhan tersebut diantaranya adalah Karyawan dari perusahaan kurang ramah dalam melayani pelanggan, karyawan sering menjawab secara ketus terhadap pelanggan dan juga karyawan sering terlambat dalam menyelesaikan pekerjaannya. Hal tersebut mengakibatkan kepuasan dari pelanggan menjadi menurun yang diakibatkan kualitas pelayanan yang kurang baik dari perusahaan.

Tabel I.4
List Harga Ban Merek Bridgestone

Bridgestone	Harga
175/60 R15 EP150	594,000
185/60 R15 EP150	803,000

195/60 R15 EP150	847,000
195/60 R16 EP150	924,000
185/55 R16 EP150	924,000
195/60 R16 EP150	968,000
205/55 R16 EP150	1,045,000
195/80 R15 D-684	1,210,000
205/70 R15 D-684	1,144,000
255/60 R18 D-684	2,882,000
265/65 R17 D-684	1,573,000
265/60 R18 D-684	2,013,000
275/50 R22 D-684	5,390,000

Table I.1 diatas merupakan list harga dari salah satu produk yang di jual oleh CV. Auto Ban Sumarsono yaitu Bridgestone. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga adalah elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan melalui penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga produknya dengan baik dan tepat sehingga konsumen tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan agar perusahaan mendapatkan keuntungan. Harga juga mempengaruhi seseorang dalam melakukan pembelian. Harga yang di tawarkan oleh CV. Auto Ban Sumarsono tergolong tinggi di bandingkan dengan pesaingnya. Disamping itu diskon harga yang di berikan oleh perusahaan tergolong sedikit sehingga mengakibatkan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan menjadi semakin menurun.

Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul skripsi **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV. AUTO BAN SUMARSONO”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, disinyalir bahwa adanya penurunan penjualan pada CV. Auto Ban Sumarsono yang disebabkan oleh :

1. Kurang ramahnya karyawan dan juga lambatnya pengerjaan karyawan membuat kepuasan pelanggan menjadi menurun.
2. Harga yang mahal dan juga pemberian diskon yang sedikit membuat pelanggan menjadi kurang puas terhadap perusahaan.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), dan Kepuasan Konsumen (Y), pengambilan data dilakukan pada CV. Auto Ban Sumarsono.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Auto Ban Sumarsono?
2. Apakah ada pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Auto Ban Sumarsono?
3. Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Auto Ban Sumarsono?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Auto Ban Sumarsono
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Auto Ban Sumarsono
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Auto Ban Sumarsono.

1.6 Kegunaan Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi CV. Auto Ban Sumarsono
Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan masukan sebagai bahan pertimbangan perencanaan untuk masa yang akan datang.
2. Bagi Akademisi
Sebagai bahan referensi dan data tambahan untuk melakukan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan bidang manajemen pemasaran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1 Kepuasan Pelanggan

2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Priansa (2017:197), “Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen”.

Menurut Hasan (2014:89), “Kepuasan Konsumen merupakan respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang diperpsepsikan antara harapan sebelum pembelian dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaian”.

Menurut Arianty (2016:18), “Kepuasan Pelanggan adalah perasaan konsumen setelah merasakan antara apa yang sudah dia terima dengan harapan yang di inginkannya”.

Menurut Nuralam (2017:58), “kepuasan pelanggan merupakan penilaian evaluative purna beli yang dihasilkan dari seleksi pembelian spesifik”.

Menurut Firmasyah (2018:132), “Kepuasan pelanggan adalah pengukuran pelanggan atau penggu produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima”.

2.1.1.2 Manfaat Kepuasan Konsumen

Menurut Priansa (2017:197) terdapat beberapa manfaat kepuasan konsumen yaitu

1. Reaksi terhadap produsen berbiaya rendah

Persaingan dalam banyak industri ditandai dengan *overcapacity* dan *oversupply*. Hal tersebut menyebabkan pemotongan harga menjadi senjata strategis untuk meraih pangsa pasar.

2. Manfaat ekonomik retensi konsumen bersus *perceptual Prospecting*

Berbagai studi menunjukkan bahwa mempertahankan dan memuaskan konsumen saat ini jauh lebih murah dibandingkan terus-menerus berupaya menarik atau memprospek konsumen baru

3. Nilai kumulatif dari relasi berkelanjutan

Berdasarkan konsep *customer lifetime value*, upaya untuk mempertahankan loyalitas konsumen pada barang dan jasa perusahaan selama periode waktu yang lama dapat menghasilkan anuitas yang jauh lebih besar daripada pembelian individual

4. Daya persuasive *word of mouth*

Pendapat atau opini positif dari teman atau keluarga jauh lebih persuasive daripada iklan.

5. Reduksi sensitivitas harga

Konsumen yang puas atau loyal terhadap sebuah perusahaan cenderung lebih jarang menawar harga untuk setiap pembelian individualnya.

6. Kepuasan konsumen merupakan indikator kesuksesan bisnis di masa depan

Pada hakekatnya kepausan konsumen merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan jangka waktu yang cukup lama sebelum dapat membangun dan mendapatkan reputasi atas layanan prima, dan kerap kali juga dituntut investasi besar pada serangkaian aktifitas yang ditujukan untuk membahagiakan konsumen saat ini dan masa depan.

2.1.1.3 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Priansa (2017:210), ada lima elemen yang menyangkut kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

1. Harapan (*Expectations*)

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut

2. Kinerja (*Performance*)

Pengalaman konsumen terhadap kinerja barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka

3. Perbandingan (*Comoarison*)

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja actual barang atau jasa tersebut.

4. Pengalaman (*Experience*)

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.

5. Konfirmasi (*Confirmation*) dan Diskonfirmasi (*Disconfirmation*)

Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja actual produk

2.1.2 Kualitas Pelayanan

2.1.2.1 Teori Tentang Kualitas Pelayanan

Menurut Sudarso (2016:96), Kualitas Pelayanan adalah manfaat yang dirasakan berdasarkan evaluasi pelanggan atas sesuatu interaksi dibandingkan dengan manfaat yang diharapkan sebelumnya.

Menurut Tjiptono (2014: 268), Defenisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut Alma (2018:296), Kualitas Pelayanan adalah semacam tingkat kemampuan suatu jasa dengan segala atributnya yang secara riil disajikan sesuai dengan harapan konsumen.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:77), Kualitas Pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan dengan ekspektasi pelanggan.

Menurut Priansa (2017:92), Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Berdasarkan pendapat ahli dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa merupakan segala usaha atau aktifitas yang dilakukan oleh seseorang atau lembaga kepada pihak lain dalam rangka mendapatkan kepuasan dalam hal pemenuhan kebutuhan yang pada hakekatnya bersifat tidak berwujud atau tidak terlihat dan tidak dapat dimiliki oleh pihak lain.

2.1.2.2 Faktor-Faktor Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2017:160-164) setiap perusahaan harus mampu memahami dan mengantisipasi beberapa faktor potensial yang bias menyebabkan buruknya kualitas layanan, di antaranya :

1. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan

Salah satu karakteristik unik jasa/layanan adalah inseparability, artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan.

2. Intensitas tenaga kerja yang tinggi

Keterlibatan karyawan secara intensif dalam penyampaian layanan dapat pula menimbulkan masalah kualitas, yaitu berupa tingginya variabilitas layanan yang dihasilkan.

3. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai

Karyawan *front-line* merupakan ujung tombak system penyampaian layanan.

4. Gap komunikasi

Tak dapat dipungkiri lagi bahwa komunikasi merupakan faktor esensial dalam menjalin kontak dan relasi dengan pelanggan.

5. Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama

Pelanggan merupakan individu unik dengan preferensi, perasaan, dan emosi masing-masing. Dalam hal interaksi dengan penyedia layanan, tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan yang seragam (*standardized services*). Sering terjadi ada pelanggan yang menginginkan atau bahkan menuntut layanan yang sifatnya personal dan berbeda dengan pelanggan lain.

6. Perluasan atau pengembangan secara berlebihan

Di satu sisi, mengintroduksi layanan baru atau menyempurnakan layanan lama dapat meningkatkan peluang pertumbuhan bisnis dan menghindari terjadinya layanan yang buruk.

7. Visi bisnis jangka pendek

Visi jangka pendek misalnya, orientasi pada pencapaian target penjualan dan laba tahunan, penghematan biaya sebesar-besarnya, peningkatan produktivitas tahunan, dan lain-lain).

2.1.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Sudarso (2016:97), Pada analisis deskriptif kualitas pelayanan diukur berdasarkan dimensi-dimensi seperti :

1. *Tangibles*

Diukur dengan indikator-indikator seperti kondisi gedung, sarana yang disediakan, prasarana yang mendukung, dan keadaan lingkungan sekitar.

2. *Reliability*

Diukur dengan indikator ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, simpati pada pelanggan, dan akurasi yang tinggi.

3. *Responsiveness*

Diukur dengan indikator tingkat pelayanan dalam penyampaian informasi yang cepat dan pelayanan dalam penyampaian informasi yang tepat.

4. *Assurance*

Diukur dengan indikator tingkat *communication, credibility, security, competence, courtesy*.

5. *Empathy*

Diukur dengan indikator tingkat perhatian yang tulus dan memahami keinginan konsumen secara individu.

2.1.3 Harga

2.1.3.1 Pengertian Harga

Menurut Arianty (2016:130), Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter.

Menurut Kurniawan (2018:22), Harga merupakan suatu nilai tukar yang dikeluarkan oleh pembelian untuk mendapatkan barang atau jasa yang mempunyai nilai guna beserta pelayanannya.

Menurut Alma (2018:171) Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Menurut Assauri (2017:223) Harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja.

Menurut Arianty (2015:134) Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produk baik berupa barang maupun jasa.

2.1.3.2 Tujuan Penetapan Harga

Menurut Arief dan Kurniawan (2018 : 23) ada beberapa tujuan dalam menetapkan harga:

1. Memperoleh keuntungan yang optimal
Menetapkan harga kompetitif atau bersaing, maka perusahaan akan memperoleh keuntungan yang optimal
2. Membuat perusahaan tetap bertahan
Nilai keuntungan dari perusahaan dapat menutup biaya-biaya operasional sehingga perusahaan masih tetap bertahan
3. Mencapai ROI (*Return On Investment*)
Perusahaan menginginkan balik modal lebih cepat dari investasi yang ditanamkan di perusahaan, penetapan harga yang tepat akan mempercepat pengembalian investasi
4. Mengusai Pangsa Pasar

Dengan menetapkan harga rendah terhadap produk pesaing akan dapat mengalihkan perhatian konsumen dari produk kompetitor yang ada di pasaran

5. Mempertahankan *Status Quo*

Perusahaan yang telah memiliki pasar sendiri perlu memerhatikan pengaturan harga yang tepat agar dapat mempertahankan pangsa pasar yang ada

2.1.3.3 Indikator Harga

Menurut Arianty (2016:137-138), faktor situasional yang mempengaruhi penetapan harga adalah :

1. Strategi perusahaan dan strategi pemasaran

Adanya pertanyaan yang sangat mendasar untuk menetapkan strategi perusahaan dapat bersaing dalam industri ini. Oleh sebab itu strategi dilakukan oleh perusahaan yang harus diperhatikan adalah pendistribusian sumber daya yang ada pada daerah-daerah fungsional dan pasar produk dalam upaya untuk memperoleh *sustainable advantage* terhadap *competitor*.

2. Karakteristik Pasar Sasaran

Untuk memenuhi pasar sasaran perusahaan harus melakukan segmentasi pasar.

3. Karakteristik Produk

Setiap produk tentunya mempunyai karakteristik karena produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

4. Karakteristik Pesaing

Untuk mengetahui karakteristik pesaing ada lima kekuatan pokok yang berpengaruh dalam persaingan suatu industri, yaitu persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk substitusi, pemasok, pelanggan, dan ancaman pendatang baru..

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen telah banyak diteliti oleh penelitian-penelitian sebelumnya dan menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Penelitian terdahulu akan dijadikan sebagai bahan acuan untuk membandingkan penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Berikut adalah tabel mengenai penelitian terdahulu :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Pramularso (2018)	Pengaruh Pelayanan dan Harga terhadap kepuasan Pelanggan di PT Setiajaya Mobilindo	Independen: Pelayanan Harga Dependen: Kepuasan Pelanggan	Secara Parsial: Pelayanan secara Parsial berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Simultan: Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
2	Rondonuwu (2013)	Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada PT. Wahana	Independen: Kualitas Produk Harga Kualitas Pelayanan Dependen: Kepuasan Konsumen	Secara Parsial: Kualitas Produk secara Parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Secara Simultan: Kualitas

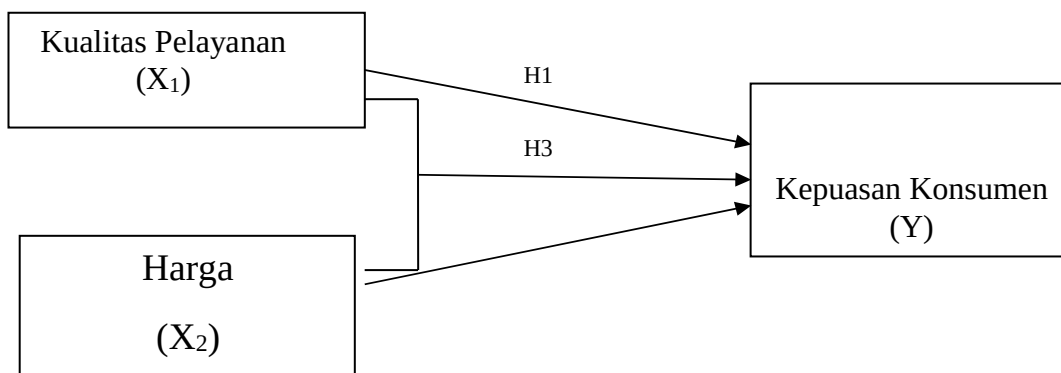
		Wirawan Manado		Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen
3	Tuju & Loindong (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Sepeda Motor Yamaha Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Hasjrat Abadi Di Manado	Independen: Kualitas Pelayanan Produk Dependen: Kepuasan Konsumen	Secara Parsial: Kualitas Pelayanan secara Parsial berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Secara Simultan: Kualitas Pelayanan dan Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen
4	Gunawan & reymond	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Nesia Jaya Indonesia	Independen: Kualitas Pelayanan Promosi Dependen: Kepuasan Konsumen	Secara Parsial: Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				Secara Simultan Kualitas Pelayanan dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

5	Ananda (2018)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Pada bengkel Siam Pematang Siantar	Independen: Kualitas Produk Kualitas pelayanan Dependen: Kepuasan Konsumen	Secara Parsial: Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Simultan: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen
---	---------------	---	---	---

2.2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori yang telah diuraikan sebelumnya dan hasil penelitian terdahulu, maka variabel yang dipakai dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2.1

Kerangka Konseptual

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Auto Ban Sumarsono.
- H2 : Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Auto Ban Sumarsono.
- H3 : Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Auto Ban Sumarsono.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah CV. Auto Ban Sumarsono yang berlokasi di Jl. Kapten Sumarsono No. 28 D-E-F-G Helvetia Timur - Medan 20124

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang dilakukan pada bulan Maret sampai dengan Juni 2021.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Kuantitatif merupakan jenis penelitian dalam penelitian ini dan metode deskriptif kuantitatif adalah metode yang digunakan. Istilah penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2016:7) adalah penelitian yang data penelitiannya berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistika yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian.

3.2.2 Sumber Data

Dalam sebuah penelitian, data memegang peranan penting, yaitu sebagai alat pembuktian hipotesis serta pencapaian tujuan penelitian. Penelitian harus mengetahui jenis data apa saja yang diperlukan dan bagaimana mengidentifikasi,

mengumpulkan serta mengelola data. Data yang digunakan dalam penulisan proposal skripsi ini adalah Data Primer dan Data Sekunder

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh konsumen CV. Auto Ban Sumarsono yang berkisar 3.744 (12 x 26 x 12) yang di dapat dari rata-rata konsumen perhari adalah 12 pelanggan dikali dengan 26 hari kerja di kali dengan 12 bulan

3.3.2 Sampel

Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2016 : 81), “*Simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.” Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi dengan menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

- n = Ukuran sampel
- N = Ukuran populasi
- e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (10%)

Dari rumus yang tertera di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{3.744}{(1 + (3.744)(0,1)^2)}$$

$$n = \frac{3.744}{38,44}$$

$$n = 97,4 \sim 97 \text{ responden}$$

Hasil perhitungan sampel setelah hasil pembulatan diperoleh sampel sebanyak 97 responden.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Peneliti ini menggunakan 2 variabel independen dan 1 buah variabel dependen. Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2) sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen (Y). Identifikasi dan definisi operasional merupakan penjelasan-penjelasan variabel yang telah dipilih dan digambarkan pada tabel 3.1.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X_1)	Kualitas Pelayanan adalah manfaat yang dirasakan berdasarkan evaluasi pelanggan atas sesuatu interaksi dibandingkan dengan manfaat yang diharapkan sebelumnya. Sumber :	1. <i>Tangibles</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Assurance</i> 5. <i>Empathy</i> Sumber : Sudarso (2016:97)	Likert

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	Sudarso (2016:96)		
Harga (X2)	Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Sumber : Tjiptono dan Diana (2016:18)	1. Daya beli konsumen 2. Kesiediaan konsumen untuk membeli 3. Posisi produk dalam gaya hidup pelanggan 4. Manfaat produk bagi konsumen Sumber : Tjiptono dan Diana (2016:226)	<i>Likert</i>
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen. Sumber : Priansa (2017:197)	1. Harapan 2. Kinerja 3. Perbandingan 4. Pengalaman 5. Konfirmasi dan Diskonfirmasi Sumber : Priansa (2017:210)	<i>Likert</i>

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah salah satu cara untuk mendapatkan data dengan jalan mengadakan Tanya jawab secara langsung kepada orang-orang yang berhubungan atau mengetahui objek penelitian. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara langsung kepada konsumen yang berhubungan dengan masalah pada penelitian ini.

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu tindakan yang penulis lakukan dengan membaca buku-buku dan majalah yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, skripsi maupun thesis sebagai acuan penelitian terdahulu, dengan cara *browsing* di internet untuk mencari artikel-artikel serta jurnal atau data-data yang dapat membantu hasil penelitian.

3. Studi Lapangan (*Field Research*)

Penelitian yang dilakukan dengan cara langsung ke perusahaan, untuk mendapatkan data primer melalui penyebaran kuisioner yang dibagikan kepada konsumen mengenai pengaruh gaya hidup dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian. Responden diminta menanggapi pernyataan yang diberikan dengan cara menjawab daftar pernyataan tentang seberapa besar penilaian mereka atas gaya hidup dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian. Jenis kuisioner yang diberikan adalah kuisioner tertutup dimana responden diminta untuk menjawab pernyataan dengan memilih jawaban yang telah disediakan dengan skala *Likert* yang berisi lima tingkatan pilihan jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap pernyataan yang dikemukakan.

Dalam pengukuran aspek pengaruh gaya hidup dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian digunakan skala tingkat (*Likert*) dengan keterangan sebagai berikut:

3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2014:105), uji validitas dilakukan untuk memenuhi taraf kesesuaian dan kecepatan alat ukur (*instrumen*) dalam menilai suatu objek penelitian. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur dan diinginkan dengan tepat. Kriteria menyebutkan jika nilai korelasi sama dengan lebih dari 0,3 maka butir pertanyaan dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2014:110), “Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan menunjukkan konsistensi dalam mengukur gejala yang sama.” Kriteria menyebutkan jika nilai korelasi sama dengan lebih dari 0,6 maka butir pertanyaan dinyatakan reliable

3.7 Uji Asumsi Klasik

Dalam suatu penelitian kemungkinan akan munculnya masalah dalam analisis regresi sering dalam mencocokkan model prediksi ke dalam sebuah model yang telah dimasukkan ke dalam serangkaian data, masalah ini sering disebut dengan masalah pengujian asumsi klasik yang di dalamnya termasuk pengujian normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

3.7.1 Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2013:160), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada 2 uji dalam uji normalitas yaitu Analisis grafik dengan melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara dua observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya dan juga Analisis statistik dengan melihat hasil uji statistik non-parametrik Kolmogorof Smirnov (K-S). Dalam uji ini, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan signifikan berada di atas 0,05.

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2013:105-106), uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Kriteria untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *Tolerance* < 0,10 atau sama dengan nilai *VIF* >10.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013:139-143), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah di dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Menurut Ghozali (2013:139), ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu *ZPRED* dengan residual *SRESID*. kriteria grafik *scatterplot* adalah Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

3.8 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen dengan skala pengukuran atau rasio dalam suatu persamaan linier, dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yang diolah dengan perangkat lunak *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen (*dependent variabel*)
 X₁ = Kualitas Pelayanan (*independent variabel*)
 X₂ = Harga (*independent variabel*)
 a = Konstanta

- β_1 = Koefisien untuk variabel Kualitas Pelayanan
 β_2 = Koefisien untuk variabel Harga
 e = Error (5%)

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2013:98), “Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.” untuk mengetahui hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada tingkat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$) dengan ketentuan Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.” untuk mengetahui hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak dilakukan dengan cara membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$) dengan ketentuan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

1.10 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Menurut Ghazali (2013:97), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel–variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel–variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat CV. Auto Ban Sumarsono

CV. Auto Ban Sumarsono adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa perawatan kendaraan roda 4 baik mobil MPV,SUV,Sedan, City Car maupun Pick-Up. Berdiri sejak 2015 dengan usaha awal Distributor Ban Mobil.CV. Auto Ban Sumarsono dengan 6 karyawan dan menambah bidang usaha baru seperti Spoorring, Balancing, Bongkar pasang spare-part, Menjual Ban, Velg, dan Oli Mobil, Tempel ban, Nitrogen, dsb. Semakin pesatnya perkembangan dan kemajuan usaha bengkel maka pada tahun 2021 jumlah karyawan menjadi 9 orang dengan yang terdiri dari staff dan mekanik yang ahli dalam menangani berbagai jenis kendaraan.

4.1.2 Visi dan Misi CV. Auto Ban Sumarsono

Visi

Untuk menjadi bengkel ban mobil yang terbaik di Medan dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

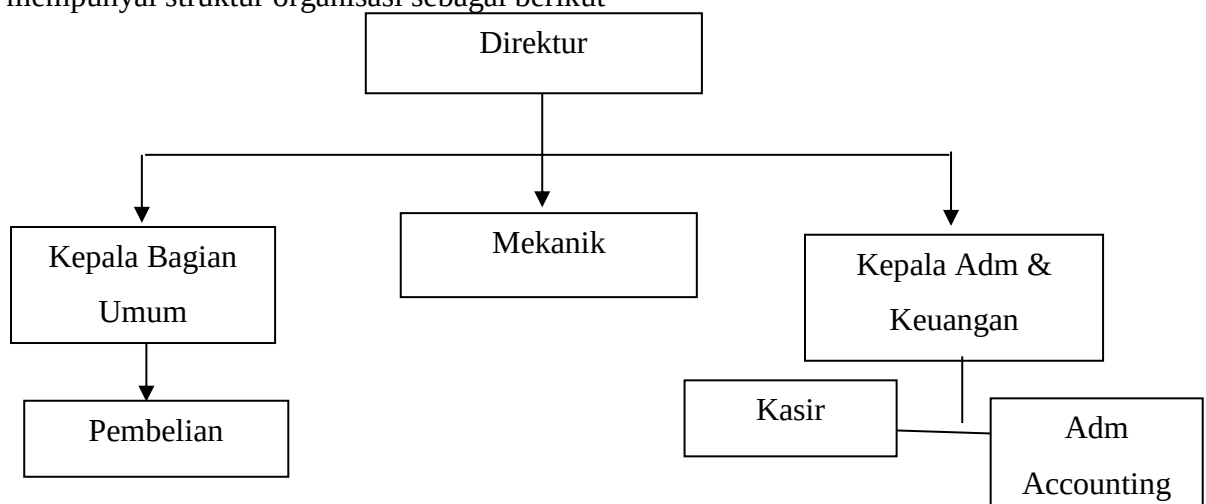
Misi

1. Memuaskan pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik

2. Memberi pelayanan terbaik yang cepat dan berkualitas
3. Memenuhi kebutuhan pelanggan yang ingin memperbaiki mobil
4. Memberikan kemudahan untuk merawat kendaraan dengan pelayanan yang baik dari kami
5. Mengembangkan pelayanan dengan sistem mobile service (*Home Service*)

4.1.3 Struktur CV. Auto Ban Sumarsono

Struktur organisasi akan memberikan gambaran tentang pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab serta hubungan antar bagian berdasarkan susunan tingkat hierarki. Struktur organisasi diharapkan dapat menetapkan sistem hubungan dalam organisasi yang menghasilkan tercapainya komunikasi, koordinasi, dan integrasi secara efisien dan efektif dari setiap kegiatan organisasi tersebut. Dan membina keharmonisan agar pekerjaan dapat dilaksanakan dengan teratur dan penuh tanggung jawab, sehingga rencana kerja dapat dilaksanakan dengan baik dan tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan hasil yang maksimal. Sesuai dengan tugas dan tanggung jawab, CV. Auto Ban Sumarsono mempunyai struktur organisasi sebagai berikut



Sumber : PT. CV. Auto Ban Sumarsono 2021

1. Direktur Utama yaitu sebagai koordinator, komunikator, pengambil keputusan, pemimpin, pengelola dalam menjalankan dan memimpin perusahaan.
2. Kepala Bagian Umum
 - a. Menyediakan kebutuhan yang di perlukan oleh perusahaan
 - b. Mengatur proses jalannya pengiriman barang dari bengkel ke tempat
 - c. Mengatur pembelian yang di perlukan oleh perusahaan
 - d. Mengawasi pembelian
 - e. Menyediakan perlengkapan dan peralatan yang di perlukan oleh tukang
3. Mekanik
 - a. Mengawasi jalannya pembuatan barang yang di minta client
 - b. Memahami keperluan yang di butuhkan oleh client
 - c. Memberikan solusi jika adanya masalah dalam pembuatan barang
 - d. Mengawasi kinerja dari karyawan

4. Kepala Keuangan dan Administrasi
 - a. Membuat laporang keuangan bulanan
 - b. Membuat laporan keuangan tahunan
 - c. Memeriksa pekerjaan dari bagian kasir dan staff accounting
 - d. Membuat laporan perpajakan baik itu SPT tahunan atau pajak bulanan dan juga pajak perseorangan dari karyawan.
5. Pembelian
 - a. Menyediakan kebutuhan dan peralatan yang di perlukan untuk pengerjaan tender
 - b. Membandingkan harga yang lebih murah dari satu supplier dengan yang lainnya
 - c. Menyediakan kebutuhan dari kantor.
6. Karyawan Bagian Mesin
 - a. Membuat bentuk yang sesuai dengan yang di butuhkan oleh klient dengan menggunakan mesin bubut
7. Kasir
 - a. Membuat laporan pengeluaran dan pemasukkan harian
 - b. Menerima uang pembayaran dari client

c. Mengecek rekening Koran

8. Adm Accounting

a. Mengecek laporan pengeluaran dan pemasukkan harian

Membuat laporan keuangan

4.1.4 Karakteristik Responden

Deskripsi responden merupakan deskripsi tentang unit analisis atau observasi yang diteliti yang mencakup karakteristik atau profil responden yang diperoleh dari hasil pengolahan data dari kuesioner, misalnya jenis kelamin dan usia. Jumlah sampel yang digunakan sebagai responden adalah sebanyak 97 pelanggan tetap CV. Auto Ban Sumarsono.

4.1.4.1 Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin seperti pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Perempuan	16	16.49%
2	Laki-laki	81	83.51%
Jumlah		97	100

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Dari Tabel 4.1 terlihat responden pada CV. Auto Ban Sumarsono yang berjenis kelamin laki-laki paling banyak yaitu sebanyak 81 orang (83.51%) dan berjenis kelamin perempuan sebanyak 16 orang (16.49%).

4.1.4.2 Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia seperti pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 20 Tahun	16	16.49 %

2	21-30 Tahun	39	40.2 %
3	31-40 Tahun	31	31.96 %
4	41-50 Tahun	7	7.22 %
5	>50 Tahun	4	4.12 %
Jumlah		97	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Dari Tabel 4.2 terlihat responden CV. Auto Ban Sumarsono yang berumur di antara 21-30 tahun paling banyak yaitu sebanyak 39 orang (40.2%) dan paling sedikit berumur > 50 tahun yaitu hanya sebanyak 4 orang (4.12%).

4.1.4.3 Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan usia seperti pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar	4	4.12 %

2	Mahasiswa	29	29.9 %
3	Pengusaha	43	44.33 %
4	Karyawan	21	21.65 %
Jumlah		97	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Dari Tabel 4.3 terlihat pekerjaan responden dari CV. Auto Ban Sumarsono yang pekerjaannya sebagai Pengusaha yaitu sebanyak 43 orang (44.33%) dan paling sedikit sebagai pelajar yaitu hanya sebanyak 4 orang (4.12%).

4.1.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.1.5.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2013 : 52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas bertujuan mengetahui ketepatan dan kehandalan kuisisioner yang mempunyai arti bahwa kuisisioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur.

Keputusan pengujian validitas item responden adalah sebagai berikut:

1. Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pernyataan dikatakan tidak valid.
2. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan dikatakan valid

Hasil uji validitas untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dapat dilihat pada Tabel 4.3

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Kondisi dari perusahaan sangat nyaman	0.394	0.361	Valid
Ruang tunggu perusahaan nyaman	0.617	0.361	Valid
Pekerjaan dari karyawan sangat cepat	0.446	0.361	Valid
Karyawan perusahaan selalu menyelesaikan pekerjaannya tepat waktu	0.490	0.361	Valid
Karyawan perusahaan sangat cepat menyampaikan informasi yang dibutuhkan	0.580	0.361	Valid
Karyawan perusahaan sangat mengerti tentang produk dan jasa yang di tawarkan	0.570	0.361	Valid
Karyawan perusahaan sangat berkompeten	0.528	0.361	Valid
Karyawan perusahaan sangat ramah	0.719	0.361	Valid

kepada pelanggan			
Karyawan perusahaan sangat tulus dalam menghadapi pelanggan	0.829	0.361	Valid
Karyawna perusahaan melayani dengan tulus kepada pelanggan	0.664	0.361	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Dari Tabel 4.5 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Kualitas Pelayanan dinyatakan telah valid. Hasil uji validitas untuk variabel Harga (X_2) dapat dilihat pada Tabel 4.4

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_2)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Perusahaan memberikan penawaran harga yang selalu menarik	0.577	0.361	Valid

Perusahaan sering memberikan diskon harga kepada pelanggan	0.769	0.361	Valid
Perusahaan menargetkan pasar untuk semua kalangan masyarakat	0.448	0.361	Valid
Perusahaan memberikan penawaran dari berbagai jenis produk	0.729	0.361	Valid
Perusahaan menyediakan ban <i>raicing</i>	0.719	0.361	Valid
Perusahaan berbagai jenis service untuk ban mobil	0.522	0.361	Valid
Perusahaan menawarkan harga yang lebih murah dari bengkel lain	0.435	0.361	Valid
Service dari perusahaan lebih baik di bandingkan bengkel lain	0.618	0.361	Valid
Anda tidak akan mencoba untuk melakukan service di bengkel lain	0.769	0.361	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Dari Tabel 4.4 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Harga menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Harga dinyatakan telah valid. Hasil uji validitas untuk variabel Kepuasan Konsumen dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Anda berharap ban yang diganti awet	0.803	0.361	Valid
Anda berharap ban mobil anda disservice dengan baik	0.540	0.361	Valid

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Mekanik perusahaan sangat cepat sekali dalam bekerja	0.632	0.361	Valid
Karyawan perusahaan sangat cepat dalam melakukan pekerjaannya	0.657	0.361	Valid
Mekanik perusahaan lebih mahir dibandingkan bengkel lain	0.499	0.361	Valid
Karyawan perusahaan lebih ramah dibandingkan bengkel lain	0.696	0.361	Valid
Anda sangat puas dengan pekerjaan karyawan perusahaan	0.716	0.361	Valid
Service mobil di CV Auto Ban Sumarsono lebih awet dibandingkan	0.506	0.361	Valid

bengkel lain			
Pekerjaan dari karyawan perusahaan sesuai dengan keinginan anda	0.818	0.361	Valid
Produk yang di tawarkan sesuai dengan kualitasnya	0.877	0.361	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Dari Tabel 4.5 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Kepuasan Konsumen menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Kepuasan Konsumen dinyatakan telah valid.

4.1.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2013:47), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan atau pernyataan di jawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak karena masing-masing pernyataan mengukur hal yang sama. Untuk mengukur reliabilitas konsistensi internal peneliti dapat menggunakan teknik *cronbach alpha*, dimana besarnya nilai alpha yang dihasilkan dibandingkan dengan indeks

1. $Cronbach's\ alpha < 0,6$ = reliabilitas buruk

2. *Cronbach's alpha* 0,6 - 0,79 = reliabilitas diterima
3. *Cronbach's alpha* 0,8 = reliabilitas baik.

Hasil uji reliabilitas variabel Kualitas Pelayanan dapat dilihat pada Tabel 4.6

Tabel 4.6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Promosi (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.777	10

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.6, maka dapat dinyatakan bahwa kesepuluh butir *item* untuk variabel Kualitas Pelayanan (X₁) tersebut berada di antara 0,6 – 0,79 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

Hasil uji reliabilitas variabel Harga dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Harga (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.797	9

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.7, maka dapat dinyatakan bahwa kesembilan butir *item* untuk variabel Harga (X_2) tersebut berada di antara 0,600 - 0,790 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

Hasil uji reliabilitas variabel Kepuasan Konsumen dapat dilihat pada Tabel 4.8

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.867	10

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.8, maka dapat dinyatakan bahwa kesepuluh butir *item* untuk variabel Kepuasan Konsumen (Y) tersebut berada di atas 0,800 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

4.1.6 Uji Asumsi Klasik

4.1.6.1 Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2013:160), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Kalau uji normalitas ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel yang kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

1. Analisis Grafik

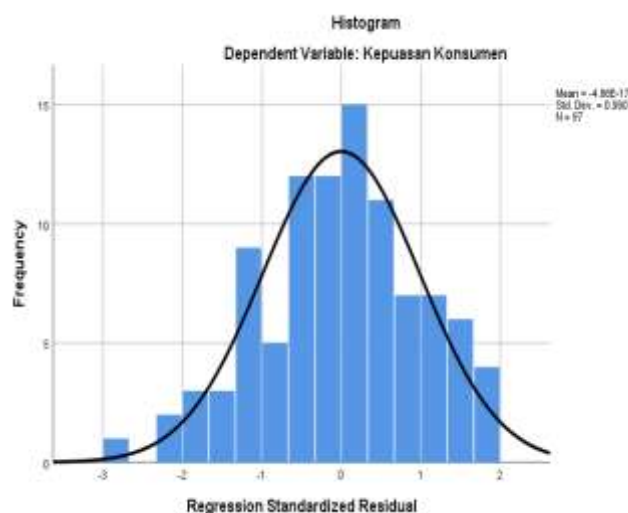
Menurut Ghazali (2013:160), salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara dua observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data

residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

2. Analisis Statistik

Menurut Ghozali (2013:163), uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dan kriterianya adalah Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka distribusi data residual normal. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka distribusi data residual tidak normal

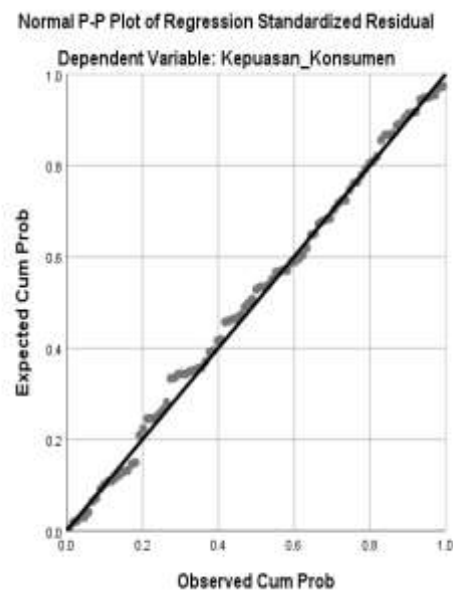
Berikut ini uji normalitas melalui grafik histogram dan grafik *Normal P Plot* seperti pada Gambar 4.2 dan 4.3.



Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Gambar 4.2**Grafik Histogram**

Dari Gambar 4.2. menunjukkan bahwa grafik histogram mempunyai data riil membentuk garis kurva cenderung simetri (U) tidak melenceng ke kiri atau pun ke kanan, maka dapat dikatakan data berdistribusi normal



Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Gambar 4.3**Grafik Normal P-P Plot**

Dari Gambar 4.3 menunjukkan bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi

asumsi normalitas. Hal ini sejalan dengan hasil pengujian menggunakan histogram bahwa telah terdistribusi normal.

Hasil uji *One Kolmogorov Smirnov* dapat dilihat pada Tabel 4.9

Tabel 4.9

Hasil Uji *One Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	3.84109389
Most Extreme Differences	Absolute	0.064
	Positive	0.039
	Negative	-0.064
Test Statistic		0.064

Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}
------------------------	---------------------

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0.200 lebih besar dari 0,05 (Sig F > 5%), sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

4.1.6.2 Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2013:105-106), Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dengan melihat:

1. nilai *tolerance* dan lawannya
2. *variance inflation factor* (VIF).

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukan adanya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$. Apabila terdapat variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.10

Tabel 4.10

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	17.957	2.507		7.163	0.000		
	Kualitas Pelayanan	0.255	0.072	0.339	3.527	0.001	0.929	1.076
	Harga	0.171	0.081	0.202	2.100	0.038	0.929	1.076

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Dari Tabel 4.10 diketahui nilai *TOLERANCE* yang diperoleh adalah 0,929 yang lebih dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh adalah 1,076 yang kurang dari 10, sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya.

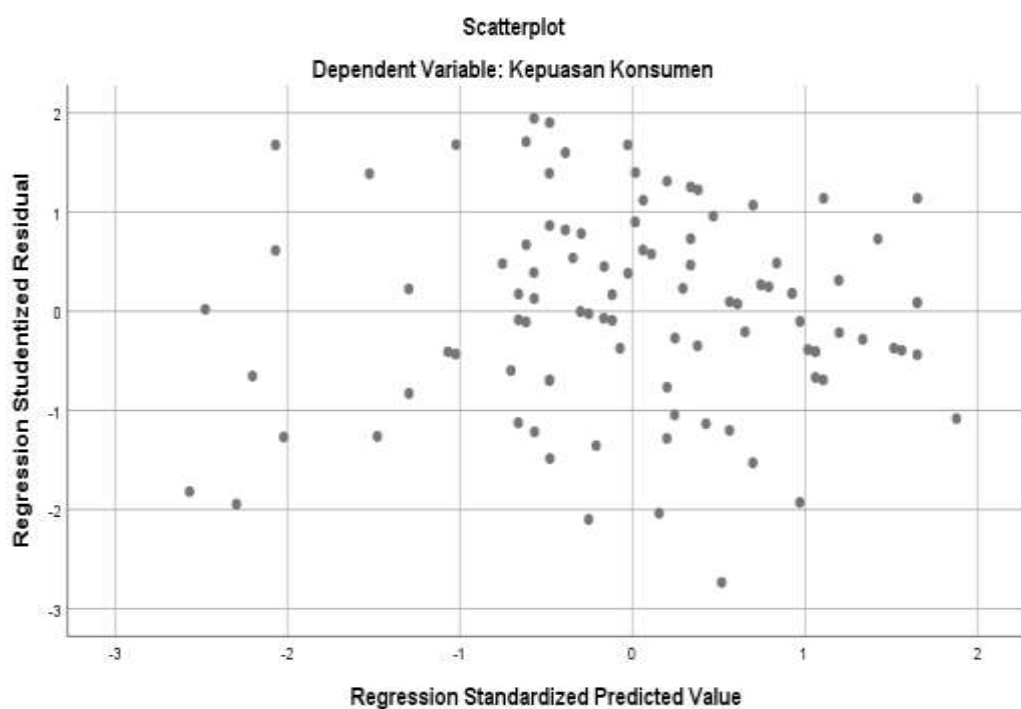
4.1.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Menurut Ghazali (2013:139), model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Menurut Ghazali (2013:139), ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Melihat grafik *plot* antara nilai prediksi variabel terikat (*dependen*) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. Dasar analisis:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji Grafik *Scatterplot* heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.4.



Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Gambar 4.4

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 4.4 terlihat titik-titik secara acak atau tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas secara terbesar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu *Regeression Studentized Residual* (Y). Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedasitas pada model regresi sehingga model regresi ini layak digunakan untuk memprediksi Kepuasan Konsumen berdasarkan Kualitas Pelayanan dan Harga.

4.1.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen dengan skala pengukuran atau rasio dalam suatu persamaan linier, dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yang diolah dengan perangkat lunak *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen (*dependent variabel*)

X₁ = Kualitas Pelayanan (*independent variabel*)

X₂ = Harga (*independent variabel*)

a = Konstanta

b₁ = Koefisien untuk variabel Kualitas Pelayanan

b_2 = Koefisien untuk variabel Harga

e = *Error*

Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 4.11

Tabel 4.11

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.957	2.507		7.163	0.000
	Kualitas Pelayanan	0.255	0.072	0.339	3.527	0.001
	Harga	0.171	0.081	0.202	2.100	0.038

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Dari uji regresi linear berganda diperoleh persamaan regresinya adalah:

$$\text{Kepuasan Konsumen} = 17.957 + 0,255 \text{ Kualitas Pelayanan} + 0,171 \text{ Harga} + e$$

Penjelasan persamaan sebagai berikut:

1. 17.957 artinya: jika Kepuasan Konsumen yang diteliti konstan, maka Kepuasan Konsumen pada CV Auto Ban Sumarsono adalah sebesar 17.957.
2. 0.255 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel Kualitas Pelayanan (X_1) akan menyebabkan Kepuasan Konsumen bertambah sebesar 0,255 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel Harga (X_2) dianggap konstan.
3. 0.171 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel Harga (X_2) akan menyebabkan Kepuasan Konsumen bertambah sebesar 0,171 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dianggap konstan.

4.1.8 Uji Hipotesis

4.1.8.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Uji t statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lainnya konstan.

Uji t digunakan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0: \beta_1, \beta_2 = 0$, artinya Kualitas Pelayanan, Harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
2. $H_1: \beta_1, \beta_2 \neq 0$, artinya Kualitas Pelayanan, Harga secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan t_{tabel} , pada tingkat signifikan $(\alpha) = 5\%$

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah:

1. H_0 diterima apabila : $t_{hitung} \leq t_{tabel}$
2. H_1 diterima apabila : $t_{hitung} > t_{tabel}$

Tabel 4.12

Hasil Uji t (Uji Secara Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.957	2.507		7.163	0.000
	Kualitas Pelayanan	0.255	0.072	0.339	3.527	0.001

	Harga	0.171	0.081	0.202	2.100	0.038
--	-------	-------	-------	-------	-------	-------

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Dari Tabel 4.12 diketahui bahwa:

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah 3.527 dengan tingkat signifikan 0,001. Dengan derajat bebas (df) sebesar 95 ($n-k = 97$ orang responden - 2) dan taraf sig $\alpha = 5\%$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1.98525. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen CV Auto Ban Sumarsono.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel Harga adalah 2.100 dengan tingkat signifikan 0,036. Dengan derajat bebas (df) sebesar 95 ($n-k = 97$ orang responden - 2) dan taraf sig $\alpha = 5\%$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1.98525. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen CV Auto Ban Sumarsono.

4.1.8.2 Uji F (Uji Secara Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel

dependen. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dimensi variabel bebas secara serempak terhadap variabel berikut. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$, artinya Kualitas Pelayanan, harga secara serempak tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
2. $H_1 : \beta_1, \beta_2 \neq 0$, artinya Kualitas Pelayanan, harga secara serempak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%

Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah:

1. H_0 diterima apabila : $F_{hitung} \leq F_{tabel}$
2. H_1 diterima apabila : $F_{hitung} > F_{tabel}$

Tabel 4.13

Hasil Uji F (Uji Secara Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	337.286	2	168.643	11.192	.000 ^b
Residual	1416.384	94	15.068		
Total	1753.670	96			

- a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
- b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Dari Tabel 4.13 diketahui nilai F_{hitung} sebesar 11.192 dengan tingkat signifikan 0,000. Untuk tingkat keyakinan 95%, $df_1 = 2$, dan $df_2 = 94$ maka nilai F_{tabel} adalah 3,09. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 Diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga secara serempak berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen CV Auto Ban Sumarsono.

4.1.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen

Tabel 4.14

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.439 ^a	0.192	0.175	3.88174

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi *R Square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0.192. Hal ini menunjukkan bahwa 19.2% Kepuasan Konsumen CV Auto Ban Sumarsono dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Harga, sedangkan sisanya yaitu 80.8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil perhitungan Kualitas Pelayanan memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $<$ dari 0,05 maka kriterianya adalah H_a diterima sehingga promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen CV Auto Ban Sumarsono.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pramularso (2018), Rondonuwu (2013), Tuju & Loindong (2018) dan Ananda (2018) yang menyatakan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kualitas Pelayanan sangat bergantung terhadap kepuasan konsumen dimana kepuasan konsumen dapat meningkat apabila pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sangat baik. Kualitas pelayanan yang baik juga akan berdampak pada citra perusahaan dimana perusahaan akan dianggap bagus dan berkualitas apabila perusahaan menawarkan kualitas pelayanan yang baik. Maka perusahaan yang memiliki kualitas pelayanan yang baik cenderung akan menjadi pilihan konsumen ketika memerlukan produk atau jasa yang disediakan oleh perusahaan karena konsumen merasa puas akan produk atau jasa yang pernah ditawarkan kepada pelanggan tersebut.

4.2.2 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil perhitungan Harga memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $<$ dari 0,05 maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen CV Auto Ban Sumarsono.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian dari yang dilakukan oleh Rondonuwu (2013), Pramularso (2018), yang menyatakan bahwa secara

parsial Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen seseorang.

Harga terhadap suatu merek ataupun produk akan meningkatkan Kepuasan Konsumen dari konsumen tersebut dimana konsumen akan merasa puas apabila harga yang ditawarkan kepada pelanggan tersebut sesuai dengan harapan mereka. Disamping itu harga yang terjangkau juga akan menunjang daya beli dari pelanggan untuk melakukan pembelian yang banyak. Harga juga menentukan produk atau jasa yang ditawarkan tersebut pantas untuk di beli atau tidak. Sehingga harga dari suatu produk atau jasa sangat berdampak pada kepuasan dari pelanggan.

4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi *R Square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen pada CV Auto Ban Sumarsono dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Harga, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pramularso (2018) dan Rondonuwu (2013) yang menyatakan bahwa secara

simultan Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil perhitungan secara simultan variabel Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen memiliki nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga secara serempak berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV Auto Ban Sumarsono.

Kualitas Pelayanan yang baik akan membuat konsumen menjadi merasa nyaman untuk melakukan pembelian terhadap perusahaan selain itu kualitas pelayanan yang baik juga akan membuat konsumen merasa betah dan akan terus menerus datang untuk melakukan pembelian ulang. Hal ini juga mencerminkan kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan dari konsumen. Selain itu harga juga mempengaruhi kepuasan dari konsumen dimana harga yang ditawarkan apabila tergolong terjangkau dan juga sesuai dengan kebutuhan konsumen akan membuat konsumen tersebut merasa puas akan produk atau jasa yang ditawarkan sehingga dapat disimpulkan harga berpengaruh terhadap kepuasan dari konsumen.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian jika Kepuasan Konsumen yang diteliti konstan, maka Kepuasan Konsumen CV Auto Ban Sumarsono adalah sebesar konstanta. Jika setiap penambahan satu-satuan variabel Kualitas Pelayanan (X_1) akan menyebabkan Kepuasan Konsumen pada CV Auto Ban Sumarsono bertambah sebesar b_1 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel Harga (X_2) dianggap konstan. Jika setiap penambahan satu-satuan variabel Harga (X_2) akan menyebabkan Kepuasan Konsumen pada CV Auto Ban Sumarsono bertambah sebesar b_2 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dianggap konstan.
2. Hasil pengujian hipotesis terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV Auto Ban Sumarsono.
3. Hasil pengujian hipotesis terdapat pengaruh positif dan signifikan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada CV Auto Ban Sumarsono.
4. Hasil pengujian hipotesis secara simultan terdapat pengaruh dan signifikan Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada CV Auto Ban Sumarsono.

5. Untuk koefisien determinasi menjelaskan keterkaitan Kepuasan Konsumen pada CV Auto Ban Sumarsono

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada perusahaan sebagai berikut:

1. PT CV Auto Ban Sumarsono harus memperhatikan Kualitas Pelayanan yang dimiliki oleh konsumen seperti
 - a. Meningkatkan fasilitas yang dimiliki perusahaan seperti menambah ruang tunggu yang menggunakan AC beserta hiburannya seperti televisi.
 - b. Mempertahankan ketulusan dari pelayanan yang diberikan oleh karyawan perusahaan kepada pelanggan.
2. CV Auto Ban Sumarsono harus meningkatkan kepercayaan dari konsumen dengan memperhatikan
 - a. Perusahaan perlu menyediakan beberapa jenis Ban yang lebih ekonomis agar pelanggan dapat menyesuaikan keuangannya dengan barang yang tersedia
 - b. Mempertahankan harga yang ada dan juga lebih sering memberikan diskon harga agar pelanggan menjadi lebih puas dalam melakukan pembelian dengan perusahaan

3. CV Auto Ban Sumarsono harus meningkatkan Kepuasan dari konsumen dengan memperhatikan
 - a. Perusahaan perlu meningkatkan kualitas dari *service* yang diberikan kepada konsumen agar hasil yang di dapat oleh konsumen adalah yang terbaik dan konsumen menjadi puas
 - b. Perusahaan perlu mempertahankan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen karena kualitas yang baik akan meningkatkan kepuasan dari konsumen tersebut

5.3 Saran Akademis

Saran-saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah :

1. Menambah Variabel Penelitian
 Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen selain variabel Kualitas Pelayanan dan Harga misalnya kualitas produk, promosi, saluran distribusi, merek, dan gaya hidup.
2. Perluasan Cakupan Geografis Responden
 Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena sampel hanya diambil dari pelanggan dari CV Auto Ban Sumarsono. Selanjutnya diharapkan penelitian berikut memperluas cakupan wilayahnya dengan menambah sampel dari perusahaan lain.
3. Menambah jumlah Responden

Sehubung dengan keterbatasan jumlah responden dikarenakan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 97 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga lebih dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amar, M. R., Gustina, I., & Ariska, S. (2021). Consumer Loyalty Analysis: Contribution of Commitment and Price. *Enrichment: Journal of Management*, 12(1), 265-269.
- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- ALIBASYAH, Z. M., Rezeki, S., & Rafi'i, N. M. (2020). The prevalence of trauma from occlusion as the aggravating factors of periodontitis. *Journal of Syiah Kuala Dentistry Society*, 5(1), 7-11.
- Angelia, V., & Rezeki, S. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Abeng 38. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 63-73.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.

- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Agustine, L. (2021). Pengaruh motivasi berwirausaha dan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha bisnis farmasi di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 52-65.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Nainggolan, S. G. V., & Hariana, F. (2022). Edukasi Pinjaman Online dan Transaksi Digital bagi Pelaku UMKM. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(1), 26-30.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Lazuardi, D. (2021). Analysis of Efforts to Increase Customer Loyalty in Improving Brand Trust, Marketing Communication Strategies and Product Diversity. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 134-146.

- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies*, 7 (1), 66-78.

- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.
- Puddin, K., Hasibuan, A. F., & Rezeki, S. (2021, February). The Impact of Entrepreneurial Interest and Knowledge on the Pharmaceutical Business Success in Medan Pestisah Subdistrict, North Sumatera, Indonesia. In *International Conference on Strategic Issues of Economics, Business and, Education (ICoSIEBE 2020)* (pp. 198-203). Atlantis Press.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., & Gustina, I. (2021). The Influence of Marketing Strategy and Lifestyle on the Purchase Decision of Mitsubishi Xpander at PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 105-118.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.

- Rezeki, S., Sentanu, I. G. E. S., Sanawiri, B., Shankar, K., & Thanh, P. (2019). Blue Ocean Strategy for creating Value of the Organization: Examination of Differentiation with Red Ocean Strategy. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(2S11), 2277-3878.
- Rinaldi, M. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 22-33.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinso Medan Beauty Clinic.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.

- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.

LAMPIRAN 1

KUESIONER

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian penelitian saya, maka saya memohon bantuan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini untuk membantu data penelitian saya yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Auto Ban Sumarsono**”.

Petunjuk pengisian:

1. Berilah tanda centang (√) pada salah satu kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut:
SS : Sangat Setuju
S : Setuju
KS : Kurang Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tingat Setuju
2. Mohon dalam pengisian kuesioner, dilakukan seobjektif mungkin, agar hasil dari kuesioner ini yang akan dilakukan dalam penelitian dengan judul di atas dapat memberikan hasil yang optimal. Setelah selesai mengisi kuesioner ini, mohon diperiksa kembali apakah seluruh pernyataan telah selesai dijawab. Terima kasih.

Identitas responden:

Jenis kelamin : _____ laki-laki
 _____ perempuan

Usia : ☐ < 20 tahun ☐ 21 – 30 tahun ☐ 31 – 40 tahun
☐ 41 – 50 tahun ☐ > 50 tahun

Pekerjaan : ☐ Pelajar ☐ Mahasiswa ☐ Pengusaha ☐
Karyawan

Kuesioner:

Kualitas Pelayanan

No	Keterangan	Kriteria Pemilihan				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Kondisi dari perusahaan sangat nyaman					

2	Ruang tunggu perusahaan nyaman					
3	Pekerjaan dari karyawan sangat cepat					
4	Karyawan perusahaan selalu menyelesaikan pekerjaannya tepat waktu					
5	Karyawan perusahaan sangat cepat menyampaikan informasi yang dibutuhkan					
6	Karyawan perusahaan sangat mengerti tentang produk dan jasa yang di tawarkan					
7	Karyawan perusahaan sangat berkompeten					
8	Karyawan perusahaan sangat ramah kepada pelanggan					
9	Karyawan perusahaan sangat tulus dalam menghadapi pelanggan					
10	Karyawna perusahaan melayani dengan tulus kepada pelanggan					

Harga

No	Keterangan	Kriteria Pemilihan				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Perusahaan memberikan penawaran					

	harga yang selalu menarik					
2	Perusahaan sering memberikan diskon harga kepada pelanggan					
3	Perusahaan menargetkan pasar untuk semua kalangan masyarakat					
4	Perusahaan memberikan penawaran dari berbagai jenis produk					
5	Perusahaan menyediakan ban <i>raicing</i>					
6	Perusahaan berbagai jenis service untuk ban mobil					
7	Perusahaan menawarkan harga yang lebih murah dari bengkel lain					
8	Service dari perusahaan lebih baik di bandingkan bengkel lain					
9	Anda tidak akan mencoba untuk melakukan service di bengkel lain					

Kepuasan Konsumen

No	Keterangan	Kriteria Pemilihan				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Anda berharap ban yang diganti awet					
2	Anda berharap ban mobil anda disservice dengan baik					
3	Mekanik perusahaan sangat cepat sekali dalam bekerja					

4	Karyawan perusahaan sangat cepat dalam melakukan pekerjaannya					
5	Mekanik perusahaan lebih mahir dibandingkan bengkel lain					
6	Karyawan perusahaan lebih ramah dibandingkan bengkel lain					
7	Anda sangat puas dengan pekerjaan karyawan perusahaan					
8	Service mobil di CVAuto Ban Sumarsono lebih awet dibandingkan bengkel lain					
9	Pekerjaan dari karyawan perusahaan sesuai dengan keinginan anda					
10	Produk yang di tawarkan sesuai dengan kualitasnya					

LAMPIRAN II

TABULASI KUESIONER RESPONDEN UJI VALIDITAS

NO.	Kualitas Pelayanan (X1)										TOTAL
	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X110	
V01	3	4	4	3	5	4	4	5	5	5	42
V02	3	4	4	3	5	4	4	5	5	5	42
V03	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	41
V04	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	41
V05	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	40
V06	4	3	2	4	4	4	5	4	5	4	39
V07	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4	41
V08	4	3	3	3	4	4	5	4	5	4	39
V09	3	4	4	5	4	4	5	5	4	3	41
V10	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	40
V11	2	4	4	5	3	4	4	3	4	4	37
V12	3	4	3	4	3	3	4	2	4	4	34
V13	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	33
V14	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	35
V15	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	35
V16	3	2	4	3	4	3	4	2	3	4	32
V17	2	2	3	3	3	4	4	3	3	4	31
V18	2	2	3	3	3	4	4	2	3	3	29
V19	2	2	3	4	4	3	4	2	3	3	30
V20	2	2	3	4	4	4	2	2	3	3	29

V21	2	2	3	4	4	3	2	4	4	3	31
V22	3	3	3	3	4	4	2	4	4	3	33
V23	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	31
V24	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	31
V25	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	32
V26	4	3	4	2	3	4	4	4	3	3	34
V27	4	3	3	2	3	3	4	4	3	3	32
V28	4	3	4	2	3	3	4	3	3	3	32
V29	2	3	3	2	3	3	4	4	3	3	30
V30	3	3	3	2	2	3	4	4	4	3	31

NO.	Harga (X2)									
	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	Total
V01	4	3	5	2	1	2	3	3	3	26
V02	4	3	5	4	5	2	5	3	3	34
V03	4	3	5	2	4	3	3	3	3	30
V04	4	3	4	3	4	3	3	3	3	30
V05	4	4	4	3	3	4	3	2	4	31
V06	4	4	4	3	4	4	3	2	4	32

V07	4	4	4	4	4	4	3	2	4	33
V08	4	4	4	3	5	2	5	2	4	33
V09	4	3	4	5	4	4	3	2	3	32
V10	4	3	4	5	4	4	3	3	3	33
V11	4	3	3	5	4	3	3	3	3	31
V12	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
V13	3	3	3	4	4	3	3	3	3	29
V14	3	3	3	4	5	2	5	3	3	31
V15	3	3	4	3	4	3	4	2	3	29
V16	3	4	4	3	4	4	4	2	4	32
V17	3	4	3	3	3	4	4	2	4	30
V18	3	4	3	3	4	4	4	2	4	31
V19	3	4	4	4	4	4	4	2	4	33
V20	3	4	4	4	5	2	5	3	4	34
V21	3	3	4	4	2	2	3	3	3	27
V22	3	3	4	3	2	2	3	2	3	25
V23	2	2	4	2	3	2	3	2	2	22
V24	2	2	4	2	3	3	3	2	2	23
V25	2	2	3	2	5	2	5	2	2	25
V26	3	2	3	2	2	2	3	1	2	20
V27	3	2	3	2	2	3	3	1	2	21
V28	3	2	3	2	3	2	3	1	2	21
V29	3	3	3	2	2	2	3	1	3	22

V30	3	3	2	2	2	2	3	1	3	21
-----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

NO.	Kepuasan Konsumen (Y)											
	No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Total
V01	1	4	5	4	3	5	2	1	2	4	4	34
V02	2	5	5	4	3	5	4	5	2	4	5	42
V03	3	4	4	4	3	5	2	4	3	4	3	36
V04	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	36
V05	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	36
V06	6	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	38
V07	7	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
V08	8	5	4	4	4	4	3	5	2	3	4	38
V09	9	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	39
V10	10	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	39
V11	11	4	4	4	3	3	5	4	3	4	4	38
V12	12	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	34
V13	13	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	35

V14	14	5	3	3	3	3	4	5	2	4	4	36
V15	15	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	35
V16	16	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	37
V17	17	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	34
V18	18	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	35
V19	19	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	37
V20	20	5	3	3	4	4	4	5	2	4	4	38
V21	21	2	3	3	3	4	4	2	2	2	3	28
V22	22	2	3	3	3	4	3	2	2	3	2	27
V23	23	3	3	2	2	4	2	3	2	3	2	26
V24	24	3	3	2	2	4	2	3	3	3	2	27
V25	25	5	3	2	2	3	2	5	2	3	3	30
V26	26	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	23
V27	27	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	24
V28	28	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	25
V29	29	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	24
V30	30	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	23

LAMPIRAN III

HASIL PENGUJIAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Uji Valid Kualitas Pelayanan (X1)

Correlations

		x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	x110	jumlah _x1
x1 1	Pearson Correlation	1	.437*	.266	-.110	-.020	.014	.175	.261	.222	.035	.394*
	Sig. (2-tailed)		.016	.155	.562	.915	.940	.354	.164	.238	.856	.031
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x1 2	Pearson Correlation	.437*	1	.412*	.277	.155	.069	.175	.405*	.343	.300	.617**
	Sig. (2-tailed)	.016		.023	.138	.414	.718	.355	.027	.064	.107	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x1 3	Pearson Correlation	.266	.412*	1	.091	.254	.179	.073	.240	.111	.239	.446*
	Sig. (2-tailed)	.155	.023		.631	.175	.343	.702	.201	.561	.203	.013
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x1 4	Pearson Correlation	-.110	.277	.091	1	.295	.339	.143	.056	.431*	.194	.490**
	Sig. (2-tailed)	.562	.138	.631		.114	.067	.450	.770	.017	.304	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x1 5	Pearson Correlation	-.020	.155	.254	.295	1	.353	.020	.435*	.455*	.539**	.580**
	Sig. (2-tailed)	.915	.414	.175	.114		.056	.918	.016	.012	.002	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x1 6	Pearson Correlation	.014	.069	.179	.339	.353	1	.292	.395*	.500**	.380*	.570**
	Sig. (2-tailed)	.940	.718	.343	.067	.056		.117	.031	.005	.038	.001

N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x1 Pearson 7 Correlation	.175	.175	.073	.143	.020	.292	1	.324	.415*	.397*	.528**
Sig. (2-tailed)	.354	.355	.702	.450	.918	.117		.081	.023	.030	.003
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x1 Pearson 8 Correlation	.261	.405*	.240	.056	.435*	.395*	.324	1	.639**	.327	.719**
Sig. (2-tailed)	.164	.027	.201	.770	.016	.031	.081		.000	.077	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x1 Pearson 9 Correlation	.222	.343	.111	.431*	.455*	.500**	.415*	.639**	1	.637**	.829**
Sig. (2-tailed)	.238	.064	.561	.017	.012	.005	.023	.000		.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x1 Pearson 10 Correlation	.035	.300	.239	.194	.539**	.380*	.397*	.327	.637**	1	.664**
Sig. (2-tailed)	.856	.107	.203	.304	.002	.038	.030	.077	.000		.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ju Pearson m Correlation	.394*	.617**	.446*	.490**	.580**	.570**	.528**	.719**	.829**	.664**	1
la h_ Sig. (2-tailed)	.031	.000	.013	.006	.001	.001	.003	.000	.000	.000	
x1 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Uji Valid Harga

Correlations

		x21	x22	x23	x24	x25	x26	x27	x28	x29	jumlah _x2
x21	Pearson Correlation	1	.469**	.430*	.424*	.159	.317	-.139	.332	.469**	.577**
	Sig. (2-tailed)		.009	.018	.019	.401	.087	.465	.073	.009	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x22	Pearson Correlation	.469**	1	.204	.413*	.333	.529**	.281	.231	1.000*	.769**
	Sig. (2-tailed)	.009		.279	.023	.072	.003	.133	.220	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x23	Pearson Correlation	.430*	.204	1	.112	.161	.094	.062	.475**	.204	.448*
	Sig. (2-tailed)	.018	.279		.555	.396	.622	.743	.008	.279	.013
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x24	Pearson Correlation	.424*	.413*	.112	1	.468**	.379*	.132	.584**	.413*	.729**
	Sig. (2-tailed)	.019	.023	.555		.009	.039	.486	.001	.023	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x25	Pearson Correlation	.159	.333	.161	.468**	1	.213	.682**	.402*	.333	.719**
	Sig. (2-tailed)	.401	.072	.396	.009		.259	.000	.028	.072	.000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x26	Pearson Correlation	.317	.529**	.094	.379*	.213	1	-.206	.045	.529**	.522**
	Sig. (2-tailed)	.087	.003	.622	.039	.259		.274	.814	.003	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x27	Pearson Correlation	-.139	.281	.062	.132	.682**	-.206	1	.186	.281	.435*
	Sig. (2-tailed)	.465	.133	.743	.486	.000	.274		.324	.133	.016
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x28	Pearson Correlation	.332	.231	.475**	.584**	.402*	.045	.186	1	.231	.618**
	Sig. (2-tailed)	.073	.220	.008	.001	.028	.814	.324		.220	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x29	Pearson Correlation	.469**	1.000*	.204	.413*	.333	.529**	.281	.231	1	.769**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.279	.023	.072	.003	.133	.220		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
jumla h_x2	Pearson Correlation	.577**	.769**	.448*	.729**	.719**	.522**	.435*	.618**	.769**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.013	.000	.000	.003	.016	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Valid Kepuasan Konsumen

Correlations

		y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	jumlah _y
y1	Pearson Correlation	1	.354	.293	.351	.369*	.399*	.870**	.130	.668**	.751**	.803**
	Sig. (2-tailed)		.055	.116	.057	.045	.029	.000	.493	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y2	Pearson Correlation	.354	1	.599**	.346	.539**	.054	.099	.127	.440*	.532**	.540**
	Sig. (2-tailed)	.055		.000	.061	.002	.776	.603	.503	.015	.002	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y3	Pearson Correlation	.293	.599**	1	.469**	.430*	.424*	.159	.317	.338	.596**	.632**
	Sig. (2-tailed)	.116	.000		.009	.018	.019	.401	.087	.068	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y4	Pearson Correlation	.351	.346	.469**	1	.204	.413*	.333	.529**	.473**	.471**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.057	.061	.009		.279	.023	.072	.003	.008	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y5	Pearson Correlation	.369*	.539**	.430*	.204	1	.112	.161	.094	.400*	.370*	.499**

	Sig. (2-tailed)	.045	.002	.018	.279		.555	.396	.622	.029	.044	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y6	Pearson Correlation	.399*	.054	.424*	.413*	.112	1	.468**	.379*	.530**	.717**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.029	.776	.019	.023	.555		.009	.039	.003	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y7	Pearson Correlation	.870*	.099	.159	.333	.161	.468**	1	.213	.535**	.594**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.603	.401	.072	.396	.009		.259	.002	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y8	Pearson Correlation	.130	.127	.317	.529**	.094	.379*	.213	1	.469**	.214	.506**
	Sig. (2-tailed)	.493	.503	.087	.003	.622	.039	.259		.009	.256	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y9	Pearson Correlation	.668*	.440*	.338	.473**	.400*	.530**	.535**	.469**	1	.642**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.015	.068	.008	.029	.003	.002	.009		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y10	Pearson Correlation	.751*	.532**	.596**	.471**	.370*	.717**	.594**	.214	.642**	1	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.001	.009	.044	.000	.001	.256	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

jumlah _y	Pearson Correlation	.803 [*]	.540 ^{**}	.632 ^{**}	.657 ^{**}	.499 ^{**}	.696 ^{**}	.716 ^{**}	.506 ^{**}	.818 ^{**}	.877 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.005	.000	.000	.004	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Hasil Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	10

Hasil Reliabilitas Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	9

Hasil Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.867	10

LAMPIRAN IV

TABULASI KUESIONER RESPONDEN

Kualitas Pelayanan (X1)										
x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	X110	total
2	2	4	4	4	5	3	2	2	4	32
3	2	4	3	4	3	3	1	2	4	29
3	2	5	5	5	5	2	5	2	5	39
2	3	4	4	5	4	4	3	3	5	37
2	4	3	2	3	5	4	3	3	3	32
3	1	4	3	5	4	3	4	3	5	35
2	1	3	4	4	3	1	2	4	4	28
4	2	5	5	5	5	2	3	3	5	39
3	2	4	5	4	4	4	3	3	4	36
1	2	2	3	4	5	2	2	2	4	27
4	2	2	2	1	2	2	1	1	1	18
1	2	2	3	5	3	3	2	2	5	28
3	2	5	4	5	4	4	2	4	5	38
4	2	3	2	1	1	4	5	4	1	27
5	3	2	2	1	4	4	3	4	1	29
4	3	4	4	3	4	2	3	3	3	33

4	3	2	2	2	1	3	2	2	2	23
2	3	2	2	1	2	2	1	2	1	18
2	3	1	2	2	2	2	3	2	2	21
2	3	2	3	2	2	3	5	2	2	26
4	3	2	3	2	3	3	5	2	2	29
4	3	2	3	3	2	2	3	4	3	29
2	3	3	3	4	3	3	5	2	4	32
3	3	1	1	2	3	4	3	4	2	26
2	3	1	2	2	3	5	2	4	2	26
4	3	4	5	5	5	4	3	2	5	40
2	3	5	3	4	3	2	4	3	4	33
3	3	2	4	5	3	2	4	3	5	34
4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	26
4	3	2	1	1	1	2	3	2	1	20
3	4	2	3	2	4	3	3	3	2	29
3	4	1	1	1	1	3	2	3	1	20
4	5	2	3	2	4	4	3	4	2	33
2	2	3	5	4	5	4	3	3	4	35
3	2	4	2	1	2	4	3	4	1	26
3	2	2	2	3	1	2	1	1	3	20

3	2	4	4	5	3	2	3	3	5	34
4	2	1	1	1	1	2	2	1	1	16
3	2	3	3	2	3	3	1	3	2	25
2	2	4	5	5	4	4	4	2	5	37
1	2	5	4	5	5	3	3	4	5	37
2	2	3	4	5	4	2	2	4	5	33
2	2	3	2	1	4	3	3	3	1	24
2	2	1	1	2	1	3	2	2	2	18
4	2	3	4	5	4	2	4	3	5	36
3	2	3	2	2	4	3	2	4	2	27
2	3	3	2	1	3	4	3	2	1	24
4	3	3	2	3	2	1	2	3	3	26
5	3	2	2	2	3	2	2	5	2	28
3	3	2	2	3	3	4	3	4	3	30
1	3	5	4	2	4	4	3	2	2	30
2	3	3	2	2	3	3	3	5	2	28
3	4	1	2	2	2	2	3	3	2	24
3	4	2	2	3	2	4	3	4	3	30
3	4	3	4	2	3	3	3	4	2	31
4	4	3	4	2	5	3	4	3	2	34

3	4	3	1	3	3	3	5	3	3	31
3	4	3	2	4	3	2	3	2	4	30
2	4	2	2	4	3	4	3	2	4	30
3	4	2	1	2	1	4	3	2	2	24
4	4	3	2	2	1	3	4	3	2	28
3	4	3	2	3	4	3	4	4	3	33
3	4	2	2	1	2	5	3	3	1	26
3	4	5	3	5	4	4	4	2	5	39
2	4	3	3	3	1	3	4	4	3	30
3	4	2	2	3	4	3	4	3	3	31
2	4	3	4	4	4	2	3	3	4	33
2	4	1	2	1	1	2	4	2	1	20
4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	39
3	4	3	2	4	5	3	4	3	4	35
3	2	4	3	1	2	3	4	3	1	26
2	2	4	2	4	3	3	2	3	4	29
4	2	2	4	3	4	3	3	4	3	32
4	3	5	4	4	4	3	3	2	4	36
2	3	4	3	2	3	3	3	3	2	28
2	3	5	5	4	5	3	5	3	4	39

2	3	4	3	4	3	4	5	3	4	35
4	3	2	3	2	3	4	4	3	2	30
4	3	2	3	2	1	3	2	2	2	24
4	3	2	1	1	1	3	4	1	1	21
4	3	1	2	1	3	2	2	2	1	21
3	3	4	5	4	4	3	4	2	4	36
4	3	5	4	5	5	3	4	1	5	39
4	3	3	5	4	4	4	3	1	4	35
2	3	4	4	2	5	2	5	2	2	31
4	3	1	1	2	1	2	4	4	2	24
4	3	3	2	4	4	5	3	4	4	36
5	4	4	2	3	4	3	2	2	3	32
3	4	4	5	4	4	2	2	4	4	36
4	4	4	3	3	4	4	2	1	3	32
4	4	2	1	2	3	3	1	2	2	24
3	4	2	1	5	4	3	2	3	5	32
4	5	2	1	2	3	5	2	2	2	28
3	5	1	3	3	4	2	4	3	3	31
4	5	2	1	1	1	2	4	2	1	23
4	5	2	2	3	2	4	3	4	3	32

4	5	4	1	2	2	3	2	2	2	27
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Harga (X2)									
x21	x22	x23	x24	x25	x26	x27	x28	x29	total
2	3	2	3	3	2	2	5	3	25
2	2	2	1	2	3	5	4	1	22
3	3	2	2	4	5	4	3	2	28
2	3	3	3	2	3	4	2	3	25
4	2	3	2	5	3	4	3	2	28
3	4	3	2	3	3	4	2	2	26
4	3	4	3	3	2	5	2	3	29
1	2	3	2	4	5	5	4	2	28
3	4	3	2	3	4	3	2	2	26
1	2	2	3	2	1	3	4	3	21
1	2	1	2	1	2	1	1	2	13
1	3	2	4	5	2	3	2	4	26
3	4	4	5	3	3	3	2	5	32
4	3	4	5	3	2	3	2	5	31

1	2	4	2	3	2	3	2	2	21
3	4	3	2	3	3	3	2	2	25
4	4	2	2	2	2	3	1	2	22
3	2	2	1	1	2	3	4	1	19
2	3	2	3	2	5	4	5	3	29
3	2	2	4	2	2	2	4	4	25
2	2	2	5	2	3	2	4	5	27
2	3	4	4	2	3	2	3	4	27
3	4	2	4	3	5	1	3	4	29
2	3	4	3	2	3	1	3	3	24
2	3	4	4	2	2	1	2	4	24
2	1	2	2	2	5	5	3	2	24
4	1	3	3	4	2	5	2	3	27
2	3	3	3	2	2	5	2	3	25
2	1	3	2	3	2	1	2	2	18
3	3	2	4	4	2	5	5	4	32
3	4	3	2	3	2	4	3	2	26
3	1	3	3	2	3	4	2	3	24
2	3	4	3	5	3	5	3	3	31
4	4	3	2	3	2	4	2	2	26

2	1	4	3	3	4	3	2	3	25
1	2	1	2	1	1	2	1	2	13
4	2	3	3	4	4	3	2	3	28
2	4	1	2	1	2	3	3	2	20
2	3	3	2	4	3	2	3	2	24
4	3	2	4	3	5	3	3	4	31
4	3	4	5	2	3	2	2	5	30
3	4	4	3	3	3	3	4	3	30
5	3	3	4	2	3	2	3	4	29
1	2	2	2	1	2	1	1	2	14
4	4	3	3	3	2	3	1	3	26
4	3	4	3	3	1	2	2	3	25
3	4	2	2	3	3	2	5	2	26
3	3	3	2	3	2	1	3	2	22
4	3	5	2	3	2	1	3	2	25
3	1	4	2	1	2	1	2	2	18
2	3	2	3	4	2	1	2	3	22
4	2	5	3	2	4	3	4	3	30
3	2	3	5	2	3	1	3	5	27
2	3	4	4	3	3	5	2	4	30

2	3	4	3	3	4	5	4	3	31
2	3	3	5	2	3	5	4	5	32
2	4	3	2	3	2	5	5	2	28
4	3	2	3	2	1	4	3	3	25
2	3	2	3	5	4	2	3	3	27
2	2	2	1	3	2	3	2	1	18
3	4	3	4	3	3	3	3	4	30
3	3	4	5	3	3	3	3	5	32
3	2	3	2	3	2	3	4	2	24
4	3	2	4	3	2	3	3	4	28
2	3	4	2	3	2	2	3	2	23
2	2	3	2	3	2	3	3	2	22
3	4	3	2	3	2	2	2	2	23
3	4	2	4	3	2	3	2	4	27
2	3	4	3	2	2	3	1	3	23
4	2	3	2	3	2	3	2	2	23
3	1	3	3	1	2	3	4	3	23
2	3	3	3	2	1	3	4	3	24
3	2	4	2	4	2	2	2	2	23
3	4	2	3	2	3	2	4	3	26

1	2	3	3	1	1	2	2	3	18
1	2	3	1	2	2	2	1	1	15
2	3	3	1	2	1	2	1	1	16
1	2	3	2	3	2	2	1	2	18
2	3	2	5	2	1	2	3	5	25
1	2	1	2	2	1	1	2	2	14
3	2	2	1	1	1	1	2	1	14
1	2	2	2	1	2	1	2	2	15
2	1	1	2	1	2	1	2	2	14
2	1	1	2	1	2	2	1	2	14
2	4	2	1	3	2	3	2	1	20
5	3	4	3	2	2	1	2	3	25
3	2	4	4	4	2	3	5	4	31
1	2	2	2	3	2	1	2	2	17
3	2	4	3	5	2	1	2	3	25
1	3	1	2	2	3	3	1	2	18
2	2	2	1	1	2	2	3	1	16
3	4	3	3	1	2	4	3	3	26
2	3	2	2	1	2	3	3	2	20
3	4	3	2	1	2	4	3	2	24

2	1	2	3	2	1	2	1	3	17
2	3	4	3	2	1	2	1	3	21
2	2	2	3	2	3	2	2	3	21

Kepuasan Konsumen (Y)										
y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	y
2	3	2	3	2	1	4	2	3	4	26
3	3	1	2	3	2	2	2	1	2	21
2	2	5	3	5	2	3	4	2	3	31
2	4	3	2	4	3	2	3	3	3	29
3	4	3	2	3	4	5	3	4	4	35
4	3	4	2	3	2	3	4	4	3	32
5	1	2	3	2	3	4	2	3	4	29
3	2	3	5	2	2	4	4	5	3	33
2	4	3	2	5	3	2	3	3	3	30
3	2	2	3	2	2	3	4	3	4	28
2	2	1	2	1	2	3	2	2	1	18
2	3	2	4	3	3	4	3	2	5	31

3	4	2	3	4	4	3	1	2	3	29
3	4	5	3	4	3	2	2	3	2	31
4	4	3	2	2	3	2	3	4	4	31
2	2	3	3	2	4	3	2	2	3	26
3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	26
3	2	1	2	3	2	3	2	1	2	21
2	2	3	2	2	2	3	2	4	4	26
4	3	5	2	3	2	3	2	3	5	32
2	3	5	5	2	4	4	3	5	2	35
2	2	3	2	4	3	4	2	3	2	27
4	3	5	3	2	3	4	2	3	3	32
2	4	3	5	3	5	3	4	4	3	36
2	5	2	2	3	2	3	2	2	3	26
4	4	3	4	2	5	2	5	3	3	35
5	2	4	2	5	2	4	2	3	3	32
2	2	4	3	2	2	3	2	2	3	25
2	2	2	3	2	2	2	4	2	5	26
1	2	3	2	2	3	2	4	2	3	24
5	3	3	2	3	3	2	3	3	5	32
2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	24

3	4	3	4	3	4	3	5	2	5	36
5	4	3	2	4	3	2	3	3	3	32
3	4	3	4	5	4	3	2	3	4	35
2	2	1	1	2	1	3	2	1	3	18
4	2	3	4	5	3	2	3	3	2	31
1	2	2	2	2	3	2	2	4	3	23
3	3	1	3	3	3	4	4	4	3	31
3	4	4	4	3	5	3	2	4	5	37
4	3	3	4	2	3	2	3	4	3	31
3	2	2	2	3	2	4	5	4	3	30
2	3	3	2	4	4	3	4	3	4	32
3	3	2	3	2	2	1	2	3	4	25
3	2	4	3	2	2	4	4	3	3	30
3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	29
5	4	3	2	2	2	3	2	3	3	29
3	1	2	3	2	3	3	1	3	3	24
4	2	2	4	3	2	2	2	3	5	29
3	4	3	2	3	1	2	2	3	3	26
3	4	3	2	4	3	2	2	3	4	30
5	3	3	3	4	3	2	5	2	3	33

1	2	3	2	2	3	2	3	2	3	23
3	4	3	3	2	3	2	4	2	5	31
4	3	3	4	3	5	4	4	2	1	33
2	3	4	3	5	3	2	4	2	3	31
2	3	5	3	2	3	4	3	2	4	31
2	2	3	2	3	2	3	2	1	2	22
5	4	3	4	4	2	2	3	3	2	32
3	4	3	2	3	3	2	2	1	5	28
5	3	4	3	4	5	3	2	4	2	35
2	3	4	3	2	3	4	3	4	3	31
4	5	3	2	4	3	2	3	2	4	32
3	4	4	5	2	4	2	3	4	2	33
2	3	4	3	5	2	3	5	5	4	36
5	3	4	3	5	3	3	2	4	3	35
2	2	3	4	5	4	5	4	3	3	35
3	2	4	3	3	5	5	4	3	2	34
2	3	4	4	4	3	4	4	3	2	33
2	3	4	4	3	2	2	4	3	3	30
5	3	4	4	3	5	3	4	3	2	36
4	3	2	3	2	2	3	4	3	2	28

2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	26
2	3	3	4	3	3	2	2	3	4	29
4	3	3	2	3	2	5	2	2	4	30
4	3	5	3	2	1	5	5	2	4	34
4	4	5	2	2	4	3	2	3	4	33
3	4	4	4	2	3	4	5	3	2	34
1	3	2	3	4	5	4	3	2	2	29
2	3	4	3	2	4	2	3	2	3	28
5	2	2	4	3	5	4	3	2	2	32
2	3	4	3	2	5	3	3	2	5	32
2	3	4	3	2	3	2	3	5	2	29
3	4	3	2	3	2	3	3	2	4	29
4	2	5	4	3	3	3	1	2	4	31
3	2	4	5	4	2	2	2	1	3	28
2	5	3	2	5	2	3	2	5	2	31
3	3	2	3	4	3	2	2	3	4	29
3	2	2	2	4	2	2	1	3	3	24
3	4	2	2	3	2	3	2	1	2	24
2	3	1	3	2	2	2	1	3	3	22
1	3	2	2	3	2	2	1	2	2	20

2	5	2	4	3	4	3	2	2	3	30
3	2	4	3	2	2	1	3	2	3	25
3	2	4	3	4	4	5	3	2	2	32
2	4	3	2	2	3	5	3	5	5	34
2	3	2	5	3	4	4	5	4	3	35

LAMPIRAN V

HASIL PENGUJIAN ANALISIS REGRESI LI NEAR BERGANDA

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.439 ^a	.192	.175	3.88174

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	337.286	2	168.643	11.192	.000 ^b
	Residual	1416.384	94	15.068		
	Total	1753.670	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

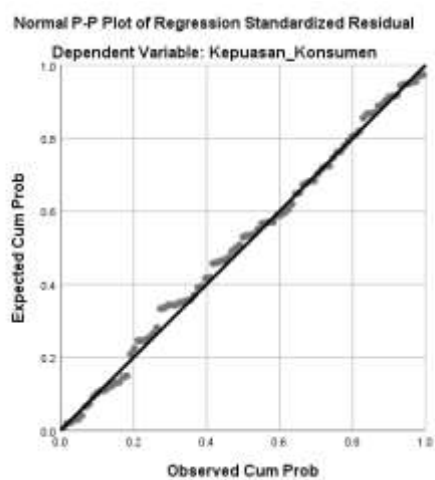
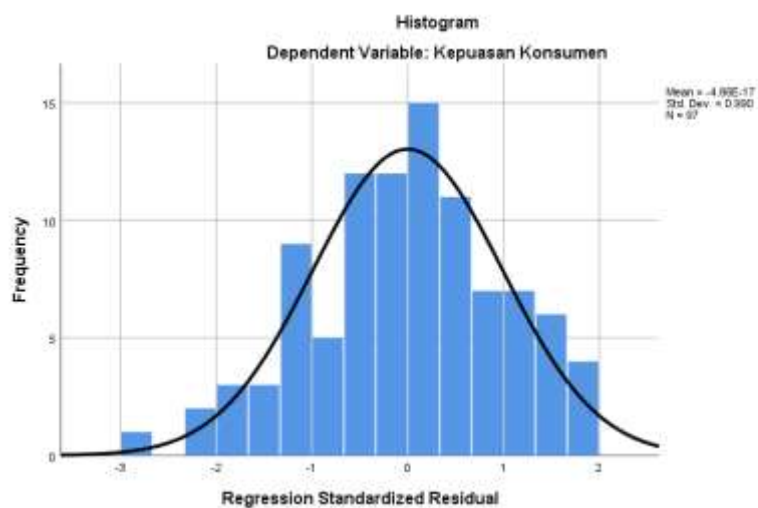
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_Pelayanan

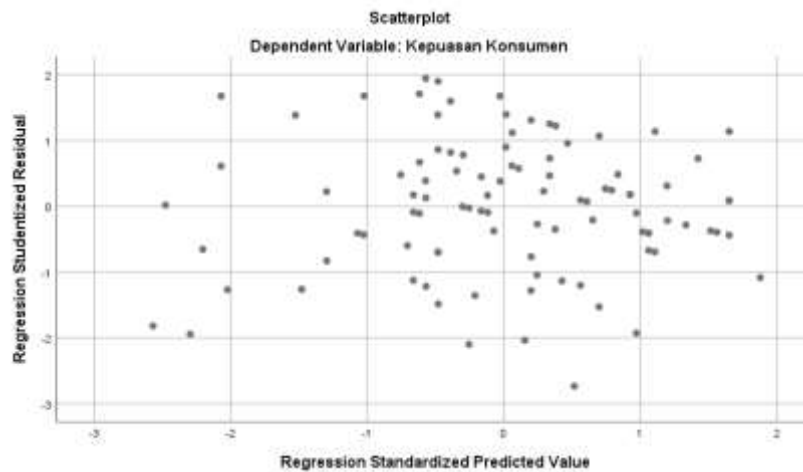
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------	-------------------------

	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	17.957	2.507		7.163	.000		
Kualitas_Pelayanan	.255	.072	.339	3.527	.001	.929	1.076
Harga	.171	.081	.202	2.100	.038	.929	1.076

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen





One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized
Residual

N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.84109389
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.039
	Negative	-.064
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : ekaprasetya@eka-prasetya.ac.id

Medan, 17 Maret 2021

Nomor : 1569/R/STIE-EP/III/2021

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Pimpinan CV. Auto Ban Sumarsono

Di-

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Alexander Haditanto
NIM	: 171010011
Semester	: VIII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Auto Ban Sumarsono

Untuk mengadakan peninjauan ke CV. Auto Ban Sumarsono yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.



AUTO BAN

AUTHORIZED OUTLET

JL. KAPTEN SUMARSONO NO. 28 D-G

(061) 42085756 / 42085757

SURAT KETERANGAN

No.003/ABS/SK/VII/2021

Melalui surat ini saya selaku HRD dari CV. Auto Ban Sumarsono menerangkan bahwa :

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alexander Haditanto

Nim : 171010011

Judul Skripsi : "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Auto Ban Sumarsono."

Yang merupakan mahasiswa dari STIE Eka Prasetya benar telah melakukan penelitian untuk tugas akhir kuliah. Penelitian yang dilaksanakan sesuai dengan peraturan dan syarat yang ditentukan oleh perusahaan.

Demikianlah surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Medan, 7 Juni 2021





SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Alexander Haditanto
NIM : 171010011
PROGRAM STUDI : Manajemen

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	Senin 1/3-2021	JUDUL PROPOSAL : Pengaruh kemudahan dan kepercayaan terhadap loyalitas Konsumen & jasa Caelye Clarissa Guanda	171010013	
2	Senin 1/3-2021	JUDUL PROPOSAL : Faktor-faktor yang mempengaruhi brand awareness dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian handphone vivo pada mahasiswa eka prasetya medan Dennis	171010102	
3	Senin 1/3-2021	JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Targeting dan People terhadap keputusan pembelian (Distribusi dan Promosi) Cindy Wijaya	171010088	
4	Selasa 2/3-2021	JUDUL PROPOSAL : Pengaruh E-Commerce dan kualitas pelayanan terhadap volume penjualan pada hotel Emerald Garden Teddy	171010079	
5	Selasa 2/3-2021	JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap tingkat penjualan pada pembelian Ban Bridgeston di PT. Bina Mito Indonesia Medan Anton	171010080	
6	Selasa 2/3-2021	JUDUL PROPOSAL : Pengaruh pengetahuan pribadi dan komunikasi bisnis terhadap kepercayaan konsumen dalam menggunakan produk Grohe pada TV gunung Jernih Medan Edy Tansan	171010016	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, 5 Maret 2021
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.



**STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**KARTU BIMBINGAN ARTIKEL
ILMIAH**



Nama Mahasiswa : Alxander Haditarto
NIM : 171060011
Konsentrasi : Kewirausahaan Kelas : Kewirausahaan
Nomor HP, No. WA : 0852 7069 9716 Email : luplunke23@gmail.com
Alamat Tinggal : JL. Bibi no 4
Dosen Pembimbing Tugas Akhir : TTD :

Ko. Prodi
Indira Kuslita, S.E.,
M.M.

Dosen Pembimbing I
Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si

Dosen Pembimbing II
Mukhammad Ali Alhar,
S.E., M.M.

Mahasiswa
Alxander Haditarto

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing	
			I	II
1	23/2-2021	Pengajuan Revisi Judul		
2	23/2-2021	Permohonan judul		Agic
3	18/2-2021	- Revisi Data Konsimen		
4		- Penulisan ahli - Teori harus konsisten		Agic
5	22/2-2021	- Tentukan teknik penyebaran kuisioner		Agic
6	28/2-2021	~~Revisi~~ Turnamen penulisan cover		Agic
7		acc sempro		Agic
8		Lampirkan data produk dan jasa jadi		
9		dst.		
10		lengkapi lampiran Bab II		
11		Ganti penulisan terdzhulungo Revisi		
12		dgn Variabel yg ada		
13				
14	5-3-21	Acc b/sempro (BTJ)		
15		Acc sempro		Agic
16	25/4-2021	Bimbingan kuisioner		Agic
17	30/4-2021	Revisi kuisioner		Agic
18	8/5-2021	Acc kuisioner		Agic
19	7/6-2021	BAB IV ACC		Agic
20	7/6-2021	BAB V ACC		Agic
21	7/6-2021	Acc sidang Meja Hijau		Agic
22				Agic
23	10/4-2021	Prosesi tesis		
24	20/4-2021	Revisi Bab 4		
25	7/6-2021	Revisi Bab 5 (Prosesi tesis) Acc endang		

Seminar Proposal Minimal 5 (Lima) kali bimbingan untuk setiap Dosen Pembimbing
Meja Hijau Minimal 10 (Sepuluh) kali bimbingan untuk setiap Dosen Pembimbing

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Alexander Haditanto
Tempat / Tanggal Lahir : Medan, 25 Febuari 1999
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Jl. Bilal no.4 Samping Gang Tahir
Alamat Email : Livetunekz33@gmail.com
Agama : Buddha
Status : Belum Menikah
Handphone : 082267162348



RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2006 s/d Tahun 2008 : TK SUTOMO 2
2. Tahun 2008 s/d Tahun 2013 : SD SUTOMO 2
3. Tahun 2013 s/d Tahun 2015 : SMP SUTOMO 2
4. Tahun 2015 s/d Tahun 2017 : SMA SUTOMO 2

RIWAYAT PEKERJAAN

Desember 2018 s/d Sekarang : Sales di Auto Ban Medan

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Irhantanto Suwento
Pekerjaan : Wirausaha
Handphone (HP) : -
Alamat : Jl. Bilal no.4 Samping Gang Tahir

Nama Ibu : Kang Wan Yin
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Handphone (HP) : 081376585104
Alamat : Jl. Bilal no.4 Samping Gang Tahir

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 7 Juni 2021
Penulis,


Alexander Haditanto.