PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO SEPEDA POLTA DI KOTA KEDIRI

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Oleh:

AYU LINSA NURCAHYANING PUTRI
NPM: 12.1.02.02.0057

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2016

SkripsiOleh :

Ayu Linsa Nurcahyaning Putri

NPM: 12.1.02.02.0057

Judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO SEPEDA POLTA DI KOTA KEDIRI

TelahdisetujiuntukdiajukanKepada
PanitiaUjian/SidangSkripsiProgramStudiManajemen
FE UN PGRI Kediri

Tanggal : .....

Pembimbing I	Pembimbing II
Ema Nurzainul Hakimah S.E.,M.M	Amat Pintu Batu Silalahi, S.E M.M.,
NIDN. 0727127801	NIDN. 0725075601

Skripsi oleh:

Ayu Linsa Nurcahyaning Putri

NPM: 12.1.02.02.0057

Judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO SEPEDA POLTA DI KOTA KEDIRI

Telahdipertahankan di depanPanitiaUjian/SidangSkripsi
Program StudiManajemenFakultasEkonomi UN PGRI Kediri
PadaTanggal: _____

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Ema Nurzainul Hakimah, M.M.
2. Penguji I : Prof. Dr. Sugiono, S.Pd., M.M.
3. Penguji II: Amat Pintu Batu Silalahi, S.E., M.M.

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Subagyo, M.M
NIDN. 1910301044

iii

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO SEPEDA POLTA DI KOTA KEDIRI

AYU LINSA NURCAHYANING PUTRI
12.1.02.01.0057
Ekonomi – Manajemen
Ayulinsanurcahyaning@gmail.com
Ema Nurzainul Hakimah S.E., M.M. dan Amat Pintu Batu Silalahi, S.E., M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi karena omzet penjualan di Toko sepeda Polta yang sangata tinggi . Hal tersebut nampak dari grafik yang berfluktuatif setiap bulannya sehingga pihak manajemen harus tetap berupaya mengkombinasikan keunggulan-keunggulan mereka seperti kualitas pelayanan dan harga agar dapat menarik minat konsumen, sekaligus mempertahankan konsumenya. Permasalahan penelitian ini adalah (1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen? (2) Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen? (3) Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen? (4) Diantara kualitas pelayanan dan harga manakah yang paling dominan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen?

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner, Variabel bebas dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan harga sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pada penelitian ini populasinya adalah sebanyak 600 orang, kemudian ditentukan dengan menggunakan rumus dan ditetapkan sampel sebanyak 86. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, dengan alat bantu *(SPSS* versi 20.0)

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah (1) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sepeda Polta di Kota Kediri (2) Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sepeda Polta di Kota Kediri (3) secara simultan (bersama) Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sepeda Polta di Kota Kediri.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Konsumen.

I. LATAR BELAKANG

A. Latar Belakang

Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaing. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu dalam membaca perubahan yang terjadi di

dalam maupun luar lingkungan bisnis . Hendaknya perusahaan mengetahui tentang kelebihan, kekurangan, ancaman dari pesaing dan trend yang ada pada calon konsumen. Toko " sepeda Polta" yang berlokasi di Kota Kediri adalah sebuah Toko yang sangat laris . Hal ini terlihat dari jumlah pengunjung dan pembeli yang jauh lebih banyak dari pada pesaingnya di kota yang sama. Dalam wawancara pendahuluan yang peneliti lakukan terhadap beberapa pembeli terungkap bahwa mereka berbelanja di Toko tersebut karena puas. Kondisi tersebut di atas memotivasi peneliti untuk meneliti lebih lanjut dengan judul **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO SEPEDA POLTA DI KOTA KEDIRI"**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian Latar Belakang di atas maka dapat di identifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang baik dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. Harga dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.
3. Kualitas pelayanan dan harga dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini permasalahan dibatasi pada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko sepeda Polta di Kota Kediri.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, identifikasi masalah dan pembatasan masalah diatas maka, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko sepeda Polta di Kota Kediri?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko sepeda Polta di Kota Kediri?
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko sepeda Polta di Kota Kediri?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko sepeda Polta di Kota Kediri.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko sepeda Polta di Kota Kediri.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pada Toko sepeda Polta di Kota Kediri.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun secara praktis yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
   a. Hasil penelitian ini diharapkan sebagai pengetahuan baru dan berguna bagi penelitian-penelitian selanjutnya.
   b. penelitian ini merupakan kesempatan baik dalam menerapkan teori, khususnya teori dalam bidang pemasaran ke dalam dunia praktik yang sebenarnya dan untuk mengembangkan kemampuan peneliti dalam melakukan penelitian.

c. Hasil peneliti ini dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk perencanaan penelitian yang berhubungan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko sepeda Polta.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan yaitu sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan perusahaan untuk menigkatkan daya beli konsumen melalui perwujudan variabel-variabel yang mempengaruhi (kualitas pelayanan dan harga).

b. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam pengembangan pengetahuan yang selama ini telah diperoleh di bangku kuliah dan harapkan dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko sepeda Polta

BAB II
KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

A. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan impiannya, (Zulian Yamit, 2005:78).

2. Indikator-indikator kepuasan konsumen :

Banyak indikator yang dapat dilihat untuk menilai kepuasan konsumen.

Indikator – indikator tersebut seperti yang dikemukakan oleh Kuswandi (2004:17) adalah sebagai berikut:

a. Mutu produk atau jasa

Yaitu mengenai mutu produk atau jasa yang lebih bermutu dilihat dari fisiknya.

b. Mutu pelayanan

Berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh pelanggan, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan pelanggan maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan tidak bermutu. Contohnya pelayanan pengaduan pelanggan yang segera diatasi atau diperbaiki bila ada yang rusak.

c. Harga

Harga adalah hal yang paling sensitive untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain.

B. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen, (Wyckof dalam Tjiptono, 2002:45).

2. Indikator kualitas pelayanan

Agar strategi pelayanan dalam perusahaan dapat berhasil terdapat tiga indikator yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Indikator Kualitas Pelayanan, (Tjiptono, 2005:223) antara lain sebagai berikut:

a. Reliability (Kehandalan), yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

b. Responsiveness (Ketanggapan), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen.

c. Empathy (Empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi kepada para konsumen

dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

C. Harga

1. Pengertian Harga

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang, (Buchari Alma, 2002:241).

2. Indikator- indikator Harga

Untuk mengukur harga menggunakan 3 indikator menurut, Buchari Alma (2002:290) yaitu :

a. Keterjangkauan harga
Keterjangkauan harga adalah kemampuan seseorang dalam membeli produk tersebut.

b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
Yaitu semakin berkualitas produk akan mempengaruhi tingkat harga.

c. Daya saing harga
Merupakan kemampuan menghasilkan produk barang dan jasa agar dapat memelihara tingkat pendapatan yang tinggi dan berkelanjutan.

G. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal tersebut dan juga dapat menuntun atau mengarahkan penyelidikan selanjutnya. Dengan demikian dapat dirumuskan suatu hipotesis yang hendak dilakukan yaitu:

1. H_1 : Ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan Konsumen.
2. H_2 : Ada pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan konsumen.
3. H_3 : Ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Variabel Penelitian

1. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya, (Sugiyono, 2002:32).

Variabel yang digunakan dalam penelitian diklasifikasikan menjadi:

a. Variabel Independen (bebas)
   1) Kualitas Pelayanan (X_1)
   2) Harga (X_2)

b. Variabel Dependen (terikat)
Dalam penelitian ini variabel terikat adalah Kepuasan Konsumen (Y).

2. Definisi Operasional

a. Kualitas Pelayanan (X_1)
Kualitas pelayanan adalah pelayanan yang konsisten dan tanggap dari para karyawan Toko sepeda Polta terhadap kosumennya. Indikatornya adalah:
   1) Reliability : Pelayanan karyawan Toko sepeda Polta kepada konsumennya sesuai dengan yang dijanjikan tidak berubah-ubah kualitasnya.
   2) Responsiveness : Karyawan Toko sepeda Polta sangat cepat dan tepat dalam melayani keinginan setiap konsumennya.
   3) Empathy : Para karyawan Toko sepeda Polta selalu memberikan perhatian yang tulus kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

b. Harga (X_2)

Harga adalah nilai rupiah yang dikorbankan oleh seorang konsumen untuk satu unit sepeda di Toko sepeda Polta . Indikatornya adalah:

1) Keterjangkauan Harga : Harga yang ditawarkan di Toko sepeda Polta sangat terjangkau sehingga dapat dijangkau setiap kalangan. Selain menyediakan sepeda baru dan bekas di Toko sepeda Polta juga melayani tukar tambah.
2) Kesesuaian Harga dengan Kualitas produk : Harga yang dibayarkan di Toko sepeda Polta sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen. Semakin berkualitas produknya semakin tinggi pula harga yag harus dibayarkan , di Toko sepeda Polta juga tersedia sepeda bekas yang masih berkualitas.
3) Daya saing harga : Toko sepeda Polta menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan pesaingnya. Harga di Toko sepeda Polta sesuai dengan kualitasnya dan sesuai dengan harga pasar.

c. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau bahagia seorang konsumen setelah membeli sepeda di Toko sepeda Polta. Indikatornya adalah:

1) Mutu produk : Mutu produk yang dijual di Toko sepeda Polta berkualitas , meskipun ada produk bekas tetapi masih dalam kondisi yang masih sangat bagus seperti baru.
2) Mutu pelayanan : Di Toko sepeda Polta pelayanannya sangat ramah dalam melayani konsumen, serta cepat dan tanggap dalam memahami keinginan konsumennya.
3) Harga : Harga yang ditawarkan di Toko sepeda Polta relatif murah sehingga dapat dijangkau semua kalangan.

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif kasual. Penelitian kasual adalah penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh sebab akibat anatara variabel satu dengan varibel yang lainnya, (Sarwono, 2005:19).

2. Pendekatan penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menggunakan statistik, (Sugiyono, 2012:07).

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Sepeda Polta yang beralamat di Jl. Ratulangi No.02 Kediri tepatnya sebelah barat Pegadaian . Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut adalah didasarkan pada pertimbangan awal peneliti bahwa tempatnya strategis terletak di pusat kota dan tempat tersebut ramai dikunjungi konsumen, karena dekat dengan pasar Setono bethek.

2. Waktu Peneltian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan April sampai dengan Juni 2016.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakterisktik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya, (Sugiyono, 2011:90). Populasi dibedakan atas populasi terbatas dan tidak terhingga. Populasi dalam penelitian ini awalnya populasi tidak terbatas, populasi tidak terbatas merupakan sumber data yang tidak dapat ditentukan batasnya, karena populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli di toko sepeda Polta tidak saja perhitungan terhadap jumlah pembeli sekarang tetapi juga yang sebelumnya dan juga yang akan datang. Maka peneliti membatasi populasi dalam penelitian ini hanya pada konsumen yang melakukan pembelian di Toko sepeda Polta selama proses penelitian yaitu pada bulan April sampai dengan Juni 2016. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pihak manajemen Toko Sepeda Polta, jumlah pengunjung dalam bulan April sampai Juni 2016 berjumlah 600 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang di ambil melalui cara-cara tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi, (Sugiyono, 2011:81). Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *insidental sampling* yang merupakan bagian dari teknik *nonprobability sampling*. Peneliti memilih menggunakan teknik *isedental sampling* karena mudah . *Isedental sampling* merupakan bentuk pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang membeli di Toko sepeda Polta kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap cocok menjadi sumber data akan dijadikan sampel dalam penelitian ini (Sugiyono, 2011:122).

Untuk mengukur sampel, digunakan rumus Slovin (Umar, 2002; 141), yaitu sebagai berikut:

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

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

E = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir.

Berdasarkan rumus Slovin, maka ukuran sampel dalam penelitian adalah sebagai berikut :

N = 600

e = 10% = 0,1

Maka:

$$n = \frac{600}{1 + 600\,(0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{600}{1 + 6}$$

$$n = \frac{600}{7}$$

$$n = 85{,}7 = 86$$

Jadi sampel minimal yang di ambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 86 orang.

E. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1. Instrumenn Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2011 ; 142).

2. Teknik / Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara, membagikan kuesioner kepada responden yang menjadi sampel dalam penelitian.

F. Teknik Analisa Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dimaksudkan untuk mendapatkan nilai frekuensi dan nilai rata-rata dari masing-masing indikator. Penentu rata-rata ini didasarkan pada pendapat (Kuncoro, 2003:148).

2. Analisis Kuantitatif

a. Uji Validitas

. Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada suatu kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut, (Ridwan, 2004:109).

Tabel 3.2
Uji Validitas

Variabel	Nomer item	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
Kualitas pelayanan	1	0,821	0,213	Valid
	2	0,675	0,213	Valid
	3	0,826	0,213	Valid
	4	0,630	0,213	Valid
	5	0,750	0,213	Valid
	6	0,742	0,213	Valid
Harga	1	0,639	0,213	Valid
	2	0,764	0,213	Valid
	3	0,550	0,213	Valid
	4	0,606	0,213	Valid
	5	0,605	0,213	Valid
	6	0,725	0,213	Valid
Kepuasan konsumen	1	0,737	0,213	Valid
	2	0,792	0,213	Valid
	3	0,705	0,213	Valid
	4	0,454	0,213	Valid
	5	0,562	0,213	Valid
	6	0,697	0,213	Valid

Sumber: Data yang di olah SPSS, 2016

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel konstruk, (Ghozali, 2001:41).

Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliabel dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan program komputer SPSS, (Ghozali, 2001:42).

Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah:

1) Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliable.
2) Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliable.

Baik uji validitas dan reliabilitas pengolahnya akan dibantu oleh SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 20.

Tabel 3.3
Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah pernyataan	Alpha	Keterangan
1	Kualitas pelayanan	6	0,794	Reliabel
2	Harga	6	0,777	Reliabel
3	Kepuasan konsumen	6	0,781	Reliabel

Sumber: Data yang diolah SPSS, 2016

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subjek Penelitian

1. Sejarah Singkat Perusahaan

Toko sepeda Polta yang beralamat di Jalan Ratulangi No. 02 Kediri tepatnya di sebelah barat Pegadaian merupakan sebuah toko sepeda yang cukup terkenal di Kota Kediri. Didirikan pada tahun 1992 oleh Ibu Nyuji susilowati sebagai pemilik Toko. Pada awal dibukanya Toko sepeda ini hanya menjual sepeda bekas, dan jumlahnya pun juga sedikit. Akan tetapi seiring dengan perkembangan waktu, Toko sepeda Polta menyediakan berbagai jenis

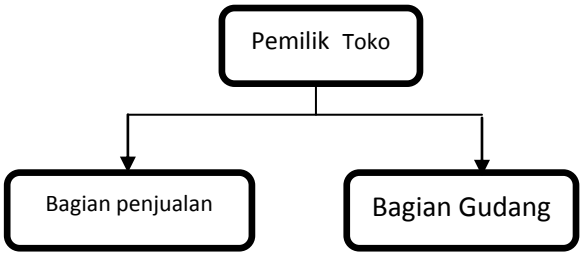
merk dan bentuk sepeda baru maupun bekas, dari balita, anak-anak sampai dewasa. Hingga kini Toko sepeda Polta memiliki banyak pelanggan, dan setap harinya pasti ada konsumen yang datang untuk membeli sepeda di toko sepeda Polta. Toko sepeda Polta telah berkembang menjadi toko sepeda yang besar. Dan akan terus berbenah diri untuk mengembagkan penjualannya, dan pelayanan yang diberikan kepada kepada pelanggan. Sehingga Toko sepeda Polta bisa menjaga eksistensinya dan dapat bersaing dengan toko sepeda lainnya.

2. Struktur Organisasi Perusahaan

Organisasi adalah merupakan sistem yang terdiri atas komponen dari organisasi tersebut yang saling berinteraksi dalam menjalin kelompok kerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan struktur organisasi adalah gambaran dimana seluruh personil dengan fungsinya masing-masing terintegrasi dalam aktivitas operasional di Toko sepeda Polta. Struktur organisasi menunjukkan bagaimana bagian-bagian dalam oeganisasi tersebut yang menyertai komponen sistem dalam struktur itu dikoordinasikan bersama melalui jalur kewenangan dan tanggung jawab pekerja yang terinci.

Struktur organisasi diciptakan menurut perkembangan kebutuhan, oleh karena itu struktur organisasi dapat berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan. Maka berdasarkan prinsip ini organisasi diharapkan memiliki kesederhanaan struktur serta bersifat fleksibel dalam menjalankan aktivitas di Toko sepeda Polta. Adanya struktur organisasi akan meningkatkan kinerja dan wewenang pada masing-masing bagian secara tersistematis dan terintegrasi.

Adapun bentuk struktur organisasi yang ada di Toko sepeda Polta dapat dilihat pada bagan dibawah ini :



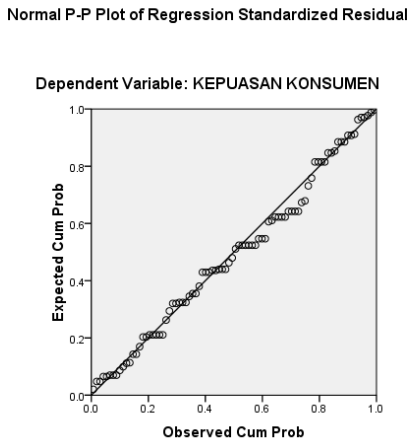
Gambar 4.1
Struktur Organisasi Toko sepeda Polta
(Sumber : Dokumen Toko sepeda Polta)

C. Analisis Data Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat dari gambar 4.2 sebagai berikut :



Gambar 4.2
Uji Normalitas
Sumber: Hasil olah SPSS (peneliti, 2016)

Dari gambar 4.2 menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa data dalam variabel-variabel ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Hasil pengujian multikolinieritas dapat dilihat dari tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinieritas

No	Variabel Bebas	Nilai Tolerance	Nilai VIF(%)	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,363	2,758	Tidak multikolinier
2	Harga (X2)	0.363	2,758	Tidak multikolinier

Sumber: data primer yang diolah diolah, 2016

Dari tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai VIF semua variabel bebas dalam penelitian ini lebih kecil dari 10 sedangkan nilai toleransi semua variabel bebas lebih dari 10 %. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

c. Uji Autokorelasi

Hasil pengujian autokorelasi dapat dilihat dari tabel 4.8 sebagai berikut:

Tabel 4.8
Tabel Auto-Korelasi

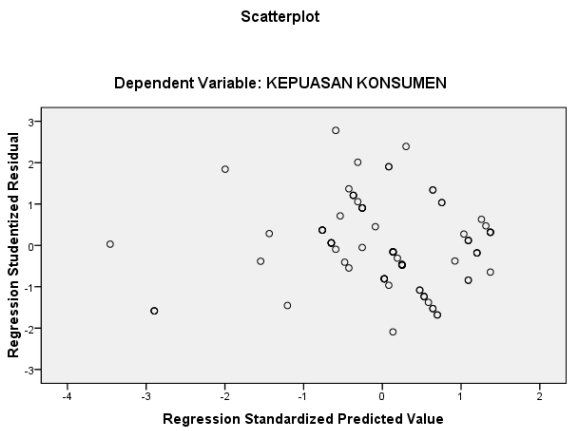
Model	Durbin-Watson	Tabel Durbin Watson
1	1,995	1,72

Sumber: data primer yang diolah, 2016

Dari tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa nilai Durbin Watson (dw) yang dihasilkan adalah 1,995 dengan nilai dU 1,72 sehingga 4-dU= 4-1,72= 2,28. Dapat disimpulkan nilai durbin watson (dw) terletak antara dU s/d 4-dU sehingga asumsi autokorelasi telah terpenuhi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat dari gambar 4.3 sebagai berikut:



Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil olah SPSS (peneliti, 2016)

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan scatterplot. Dapat dilihat pada gambar 4.3 diatas menunjukkan bahwa titik-titik tidak berbentuk pola tertentu dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.9
Analisis Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1	(Constant)	1.003	1.016		.988	.326
	KUALITAS PELAYANAN	.161	.052	.195	3.099	.003
	HARGA	.795	.064	.776	12.327	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber :Hasil olah SPSS, Peneliti (2016)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas maka dapat ditentukan persamaan regresi berganda sebagai berikut :

Y=1,003+0,161X1+1,795X2

Dari persamaan diatas menunjukkan bahwa:

a) Koefisien regresi dari semua variabel bebas (kualitas pelayanan dan harga) menunjukkan angka positif. Hal ini berarti semua variabel bebas mempunyai hubungan yang positif terhadap variabel terikatnya (kepuasan konsumen).
b) Dari kedua variabel diatas yang paling dominan berpengaruh adalah variabel harga dengan koefisien regresi sebesar 795 dengan taraf signifikasi sebesar 0,000.

3. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.10
Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.939[a]	.881	.878	1.05586	1.995

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

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber :Hasil olah SPSS, Peneliti (2016)

Dari tabel 4.10 di atas dapat dijelaskan bahwa besarnya koefisien determinasi (Adjusted R Square= 0,878 yang berari 87%) menunjukkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh sebesar 87% terhadap variabel terikat dan sebesar 13% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian ini.

Tabel 4.10
Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.939[a]	.881	.878	1.05586	1.995

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

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber :Hasil olah SPSS, Peneliti (2016)

Dari tabel 4.10 di atas dapat dijelaskan bahwa besarnya koefisien determinasi (Adjusted R Square= 0,878 yang berari 87%) menunjukkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh sebesar 87% terhadap variabel terikat dan sebesar 13% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian ini.

D. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (individu) adalah menunjukkan pengaruh secara parsial antara variabel kualitas pelayanan dan harga. Berdasarkan uji secara parsial dapat di lihat pada tabel 4.11 di bawah ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.003	1.016		.988	.326		
	KUALITAS PELAYANAN	.161	.052	.195	3.099	.003	.363	2.758
	HARGA	.795	.064	.776	12.327	.000	.363	2.758

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: data hasil olah SPSS, Peneliti (2016)

Dari tabel 4.11 terlihat bahwa nilai signifikan variabel kualitas pelayanan yaitu 0,003 < 0,05 yang berarti variabel kualitas pelayanan secara parsial

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sepeda Polta di Kota Kediri. Berarti H1 yang mengatakan "Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen" terbukti. Dari tabel 4.13 terlihat bahwa nilai signifikan variabel harga yaitu 0,000 < 0,05 yang berarti harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sepeda Polta di Kota Kediri. Berarti H2 yang mengatakan "Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen" terbukti.

2. Uji Simultan (Uji F)

Pengaruh simultan (bersama-sama) antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sepeda Polta di Kota Kediri dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	684.271	2	342.135	306.892	.000[a]
	Residual	92.532	83	1.115		
	Total	776.802	85			

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

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: data hasil olah SPSS, Peneliti (2016)

Berdasarkan tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan yaitu 0,000 < 0,5 sehingga semua variabel independen/bebas secara simultan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sepeda Polta di Kota Kediri. H3 yang mengatakan "Kualitas pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen" terbukti.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : CV. Alfabeta

Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: Rineka Cipta.

Barata, A.A. 2005. *Dasar- dasar Pelayanan Prima.* Jakarta: Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia.

Ghozali, I. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.* Semarang: Universitas Diponegoro.

———— 2005. *Analisis Multivariate SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.

———— 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* **(**edisi keempat). Semarang: Universitas Diponegoro.

Irawan. 2008. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan.* Jakarta: ElexMedia Komputindo

Jonathan, Sarwono. 2005. *SPSS Teorida Latihan. Bandung* : PT. Dana Martha Sejahtera Utama.

Kotler, P. &Amstrong. 2002.*Dasar- dasar pemasaran* . jilid 1. Jakarta : Prenhalindo.

——————————— 2004.*Prinsip – prinsip Marketing.* Edisi Ketujuh. Jakarta : Salemba Empat.

——————————— 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* . Jilid 1, Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. 2002.*Majemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol.* Edisi 9. Jakarta : PT. Prenhalindo.

———— 2004.*Majemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol.* Edisi sebelas. Jakarta : Prenhalindo.

Kuncoro. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*.Jakarta : Gramedia.

Kuswandi. 2004. *Cara Mengukur Kepuasan Karyawan*. Jakarta : Gramedia.

Lupiyoadi, R. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa* (edisipertama). Jakarta: Salemba Empat.

Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah.* Jakarta : CV. Alfabeta

Payne, Andrian. 2000. *The Essense of Service Marketing : Pemasaran Jasa.* Andi. Yogyakarta.

Pradana, Yonas E. *Analisis Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Trhadap Kepuasan Konsumen.* Kediri : Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Costumer Satification Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Keouasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN-PJ.* Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Riduwan. 2004. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.

——— 2004. Dasar-*dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.

——— 2005. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian.* Bandung: Alfabeta.

Roesanto, dalam Tasanur Nanan. 2006. *Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan Pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morodemak*. Jurnal Sains Pemasaran vol. V. No. 1. Mei 2006.

Saladin, Djasmin. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik.* Bandung : CV. Lidya Karya.

Samsudin . 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualias Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Minnie Caffe di Kota Kediri*. Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Simamora, Henry. 2002. *Akuntansi Manajemen*. Edisi 2. Jakarta : UPP AMP YKPN.

Swastha, Basu. 2003. *Manajemen PemasaranModern.* Edisi kedua. Yogyakarta : Liberty.

————— 2005. *Manjemen Penjualan* . Cetakan kedua belas. Yogyakart : Liberty.

Sudarmo, Gito. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Indonesia : PT. Indeks.

Sukoco, S. 2015. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotek Mitro Rahardjo Kediri*. Kediri : Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Sunarto. 2007. Manajemen Ritel. Yogyakarta : Amus.

Sutedja. 2007. *Panduan Layanan*. Jakarta : PT. Gravindo.

Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.

——— 2004. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.

——— 2011. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.

——— 2012. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. 2004. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.

———— 2005.*Pemasaran Jasa* (edisi pertama). Malang: Bayumedia Publishing.

———— 2007. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.

———— 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta : Andi.

Umar, H. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (edisi kedua)Jakarta: Gramedia. Pustaka Utama.

Umar, H. 2005. *Metode penelitian*. Jakarta : Salemba Empat

Utami, Christina Widya. 2014. *Manajmen Ritel*. Jakarta : Salembat Empat.

Wisnalmawati. 2005. *Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2005, Jilid 10 (3): 153-165.

Wyckof, 2002. *Prinsip Pemasaran*, Edisi Ketujuh, Jilid I, Erlangga, Jakarta.

Yamit, Zulian. 2005. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*.Ed. 2, Cet. 4, Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta