



**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA MAXIM PADA  
MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
SUMATERA BARAT KAMPUS SATU**

**OLEH :**

**NAMA : REZKY LAILATUL QADRI  
NIM : 20070045  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT  
2024**

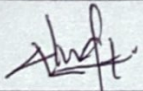

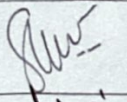
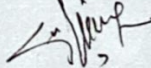


## HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan LULUS setelah dipertahankan didepan Tim Penguji Skripsi  
26 Februari 2024

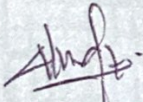
Judul : Pengaruh kualitas pelayanan dan Harga Terhadap  
Kepuasan Pelanggan maxim Pada Mahasiswa Universitas  
Muhammadiyah Sumatera Barat di Kampus  
Satu  
Nama : Rezky Lailaul Qadri  
Nim : 20070045  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi

### TIM PENGUJI

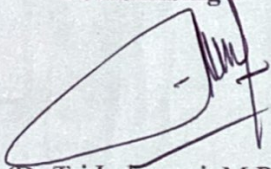
No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	Nurhaida, SE, M.M	Ketua	
2	Dr.Tri Indrayani, M.Pd	Anggota	
3	Leli Suwita, SE, M.M	Anggota	
4	Usmiar, SE, M.Si	Anggota	

### Disetujui:

#### Pembimbing 1

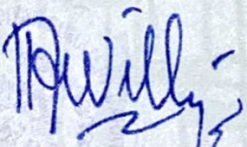
  
(Nurhaida, SE, M.M)

#### Pembimbing 2

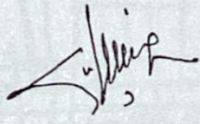
  
(Dr.Tri Indrayani, M.Pd)

### Diketahui:

#### Dekan Fakultas Ekonomi

  
(Dr. Willy Nofranita, SE, M.Si, Ak, CA)

#### Ketua Prodi Manajemen

  
(Usmiar, SE, M.Si)



## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rezky lailatul qadri

Nim : 20070045

Fakultas : Ekonomi

Prodi : Manajemen

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya suatu pendapat yang ditulis dan diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti karya ilmiah yang lazim.

Dengan demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada pemaksaan dari pihak manapun.

Padang , 1 Maret 2024

yang menyatakan



Rezky Lailatul Qadri

20070045



## HAK CIPTA

Hak cipta milik **REZKY LAILATUL QADRI** tahun 2024, dilindungi oleh Undang-Undang yaitu dilarang mengutip dan memperbanyak tanpa izin tertulis dari Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, Sebagian atau keseluruhannya dalam bentuk apapun, baik cetak, copy ataupun micro film dan lainnya sebagainya.



**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN MAXIM PADA  
MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
SUMATERA BARAT KAMPUS SATU**

**OLEH :**

**NAMA : REZKY LAILATUL QADRI  
NIM : 20070045  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT**

**2024**

## **KATA PENGANTAR**

**Assalamu'alaikum WR.WB**

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN MAXIM PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT KAMPUS SATU. Penulisan skripsi ini guna melengkapi persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat (UM SUMBAR).

Penulis telah mencurahkan segenap kemampuan, tenaga, pikiran dan waktu dalam menyelesaikan skripsi ini, terlepas dari hal tersebut tentu masih banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan mengingat penulis masih dalam tahap belajar, namun inilah pencapaian maksimal penulis berikan.

Penulisan skripsi ini dari bantuan dan do'a dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Ungkapan terima kasih dan penghargaan yang sangat special buat almarhumah ibu saya yusnimar, banyak hal yang menyakitkan saya lalui,tanpa sosok ibu babak belur dihajar kenyataan yang terkadang tidak sejalan dengan keinginan.Rasa iri dan rindu yang sering kali membuat saya terjatuh dan tertampar realita.Tapi itu semua tidak mengurangi rasa bangga dan terima kasih atas kehidupan yang

diberikan. Maka penulis mempersembahkan untuk malaikat pelindung di surga.

2. Dan terkhusus buat ayah tercinta saya rafles yang selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat darikeras nya dunia, yang tidak hentinya mendoakan, memotivasi dan memberikan dukungan tanpa henti hingga saya bisa kuliah sampai jenjang s-1
3. Ibuk Nurhaida, SE, MM Pembimbing I penulis skripsi serta Ibu Dr Tri Irfa Indrayani, M.Pd pembimbing II.
4. Ibu Usmiar, SE, M.Si Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
5. Dr. Willy Nofranita, S.E., M.Si., Ak, Ca Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
6. Dan untuk ibu nurmita dan dan bapak razali yang mendokan dan membantu saya selama perkuliahaan ini saya dengan menyelesaikan tugas akhir ini
7. Kepada cinta kasih kedua saudara saya akmal andika putra dan afni karim yang selalu memberi doa dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
8. Sahabat saya sekaligus saudara saya Irma rahmadhani dan Wahyu hidayat yang selalu membantu dan menyemangati dan mendengarkan keluh kesah saya dalam menyelesaikan skripsi.
9. Dan untuk teman seperjuangan saya selama perkuliahaan ima yusniati, rahmawida, suci olivia dan tiara siska putri yang banyak membantu

dan menemani dan memberi semangat, menghibur serta bekerjasama dalam menyelesaikan penyusunan skripsi .

10. Dan terakhir untuk diri sendiri terima kasih sudah berjuang sejauh ini, berjuang melawan rasa malas dan berkerja keras dan tidak menyerah dalam mengerjakan tugas akhir ini dan merupakan yang patut dibanggakan untuk diri sendiri

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak yang dapat meningkatkan kemampuan dan minat penulis dimasa mendatang.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, utamanya bagi penyusun untuk pengembangan ilmu pengetahuan dimasa mendatang.

**Wassalamu'alaikum WR.WB**

Padang, 17 Januari 2023

Penulis

**Rezky Lailatul Qadri**

**Nim:20070045**



## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN

Oleh : Rezky lailatul qadri

Nim : 20070045

Prodi : manajemen

Email : rezkylailatulqadri010@gmail.com

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan maxim pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. jenis penelitian kuantitatif asosiatif, Sampel penelitian berjumlah 162 responden dengan menggunakan metode pengumpulan data secara teknik *probability sampling*. penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis uji T dan uji F. Hasil penelitian mengenai pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan maxim, diperoleh hasil variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai t hitung  $0,4106 > t$  tabel  $0,1654$ , jadi dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian mengenai pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan, diperoleh hasil variabel harga memiliki nilai t hitung  $0,7640 > t$  tabel  $0,1654$  sehingga dapat disimpulkan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil Dari Pembahasan Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar  $56,097$  sedangkan F tabel sebesar  $3,05$ , Maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan). Determinasi diperoleh nilai R sebesar  $0,643$  dan nilai  $r$  square didapatkan yaitu sebesar  $0,414$  yang artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar  $41,4\%$  dan selebihnya sebesar  $58,6\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

***Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Pelanggan***

## *THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PRICES ON CUSTOMER SATISFACTION*

Oleh : Rezky lailatul qadri  
Nim : 20070045  
Prodi : manajemen  
Email : rezkylailatulqadri010@gmail.com

### *ABSTRACT*

*The purpose of this research is to determine the effect of service quality and price on maximum customer satisfaction among students at Muhammadiyah University, West Sumatra. The research sample consisted of 162 respondents using data collection methods using probability sampling techniques. This research used multiple regression analysis and hypothesis testing, T test and F test. The results of the research regarding the influence of service quality on customer satisfaction for maxim customers, obtained the results of the service quality variable on customer satisfaction, obtained a t value of 0.4106 > t table 0.1654, so it can be concluded that the service quality variable has a significant effect on customer satisfaction. Results research on the influence of price on customer satisfaction, the results obtained are that the price variable has a calculated t value of 0.7640 > t table 0.1654 so it can be concluded that the price variable has a significant effect on customer satisfaction. Results from the discussion of service quality (X1), price (X2) influence customer satisfaction. It can be seen that the calculated F value is 56.097 while the F table is 3.05. So it can be concluded that the variables service quality (X1), price (X2) together have an influence on variable Y (Customer Satisfaction). For determination, the R value was obtained at 0.643 and the r square value was obtained at 0.414, which means that the influence of the independent variable (X) on the dependent variable (Y) was 41.4% and the remaining 58.6% was influenced by other variables not examined in this research.*

***Keywords: Service Quality, Price and Customer Satisfaction***



## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORISTIS</b> .....	7
2.1 Kepuasan Pelanggan.....	7
2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	7
2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	8
2.1.3 Dimensi Kepuasan Pelanggan .....	8
2.1.4 Indikator Kepuasan Pelanggan .....	9
2.2 Kualitas Pelayanan .....	10
2.2.1 Pegertian Kualitas Pelayanan.....	10
2.2.2 Indikator Kualitas Pelayanan .....	10
2.3. Pengertian Harga .....	11
2.3.1 Pegertian Harga.....	11
2.3.2 Tujuan Dalam Menetapkan Harga.....	12
2.4 Penelitian Terdahulu.....	14
2.5 Kerangka Konseptual .....	18
2.6 Hipotesis .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	20
3.1 Jenis Penelitian .....	20
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	20
3.3 Populasi dan Sampel .....	20
3.3.1 Populasi.....	20
3.3.2 Sampel .....	21
3.4 Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	23
3.4.1 Pengertian Operasional .....	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.5.1 Observasi .....	24
3.5.2 Wawancara.....	24
3.5.3 Kuesioner .....	24
3.5.4 Dokumentasi .....	25
3.5.5 Data dan Sumber Data .....	25
3.6 Teknik Analisis Data .....	25
3.6.1 Statistik Deskriptif .....	26

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	26
3.7.1 Uji Validitas .....	26
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	27
3.8 Tingkat Kepuasan .....	28
3.9 Analisis Regresi Berganda .....	29
3.10 Uji Asumsi Klasik .....	30
3.10.1 Uji Normalitas .....	30
3.10.2 Uji Multikolinearitas .....	30
3.10.3 Uji Heteroskedastisitas .....	30
3.10.4 Uji Autokorelasi .....	31
3.10.5 Hipotesis .....	32
<b>BAB IV PEMBAHASAAN</b> .....	<b>34</b>
4.1 Gambaran Umum .....	34
4.1.1 Sejarah Maxim .....	34
4.1.2 Sejarah Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat .....	34
4.1.3 Visi misi .....	34
4.1.4 Peta Dan Lokasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat .....	35
4.1.4 Struktur Organisasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat .....	36
4.2 Hasil Dan Pemahasan .....	37
4.2.1 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
4.2.2 Deskripsi Data Berdasarkan Fakultas Sebagai Responden .....	37
4.3 Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	37
4.3.1 Uji Validitas .....	37
4.3.2 Uji Reabilitas .....	40
4.4 Tingkat Capaian Responden .....	40
4.5 Regresi Linear Beganda .....	42
4.6 Uji Asumsi Klasik .....	44
4.6.1 Uji normalitas .....	44
4.6.3 Uji heteroskedastisitas .....	45
4.6.4 Uji autokorelasi .....	46
4.6.5 Uji multikolinearitas .....	46
4.7 Hipotesis .....	47
4.7.1 Uji T .....	47
4.7.2 Uji F .....	48
4.7.3 Koefisien determinasi .....	49
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>53</b>
5.1 Kesimpulan .....	53
5.2 Saran .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>55</b>
<b>Lampiran</b> .....	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survey Awal Penelitian .....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 3.1 Jumlah Maba Um Sumbar 2023 .....	19
Tabel 3.2 Defenisi Operasional .....	21
Tabel 3.3 Skala Penilaian Kepuasan Pelanggan .....	23
Table 4.1 deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin .....	41
Table 4.2 deskripsi jumlah responden maba 2023 berdasar kan fakultas .....	42
Tabel 4.1 Uji Validitas X1 .....	43
Tabel 4.2 Uji Validitas X2 .....	43
Tabel 4.3 Uji Validitas X3 .....	44
Tabel 4.4 Uji Reabilitas .....	44
Table 4.5 Tcr Kualitas Pelayanan .....	45
Table 4.6 Tcr Harga .....	45
Table 4.7 Tcr Kepuasan Pelanggan .....	46
Tabel 4.8 Regresi Linear Berganda .....	47
Tabel 4.9 Uji Normalitas .....	48
Tabel 4.10 Uji Multikonearitas .....	49
Tabel 4.11 Uji Heteroskedestisitas .....	50
Tabel 4.12 Uji Autokorelasi .....	51
Tabel 4.13 Uji T .....	52
Tabel 4.14 Uji F .....	53
Tabel 4.15 Uji Determinasi .....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	16
Gambar 2.1 denah lokasi universitas muhammadiyah sumatera barat .....	36
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Muhammadiyah Sumatera Barat.....	37



# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan alat komunikasi dan transportasi tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Dengan adanya kemajuan teknologi masyarakat ketergantungan terhadap teknologi tersebut, pada era moderen ini perkembangan gaya hidup yang semakin praktis hampir mempengaruhi seluruh manusia di penjuru dunia, salah satunya adalah gaya hidup masyarakat ialah bisnis transportasi.

Saat ini yang paling ramai dibicarakan adalah perkembangan teknologi ke arah bisnis online. Salah satunya adalah kemunculan bisnis penyedia layanan jasa transportasi online. Masyarakat sangat dimudahkan dengan adanya sarana transportasi ini, terutama untuk pemesannya dimanapun secara cepat. Cukup dengan menggunakan smartphone konsumen dapat langsung memesannya selanjutnya ojek akan datang menghampiri kita dan langsung ditarifkan sesuai dengan alamat tujuan. Berbeda dengan transportasi konvensional atau pangkalan yang tidak menggunakan smartphone dan harus menghampiri kepangkalan dan mengetahui tarif yang dikeluarkan sesuai dengan tujuan kita.

Sebelum menggunakan jasa transportasi online, para pengguna termasuk mahasiswa akan melakukan pertimbangan dan memilih salah satu dari berbagai pilihan transportasi online yang ada sesuai dengan kebutuhan ataupun keinginannya. Pilihan tersebut berdasarkan pada berbagai faktor, seperti faktor harga, kemudahan, dan kualitas pelayanan. Mahal murahnya harga menjadi salah

satu hal utama yang dipertimbangkan oleh konsumen. Maka dari itu, harga menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pengguna, karena semakin mahal harga yang ditawarkan maka semakin sedikit pengguna jasa transportasi online tersebut, begitu juga sebaliknya semakin murah harga yang ditawarkan maka semakin banyak pengguna jasa transportasi online

Salah satu transportasi online yang sedang berkembang saat ini adalah maxim, maxim masuk ke indonesia pada awal tahun 2018 dan sudah menyebarluas ke beberapa kota di indonesia salah satunya kota padang. Dibandingkan dengan aplikasi ojek lainnya maxim mempunyai tarifnya yang lebih murah dikantong, Maxim juga memiliki beberapa fitur lainnya seperti *bike*, *car*, *delivery*, *cargo*, *food* dan layanan

Pada aplikasi maxim ini transportasi yang sering digunakan mahasiswa adalah transportasi roda dua, alasan mahasiswa banyak menggunakan sepeda motor roda dua karena praktis dan efisien dalam transportasi selain itu biaya operasional yang lebih rendah dibandingkan dengan memilih kendaraan roda 4 dan sepeda motor dapat lebih mudah bergerak di tengah kemacetan lalu lintas, dan memberikan waktu tempuh yang lebih singkat.

**Tabel 1.1**  
**Pra Survey Perbandingan Pelanggan Aplikasi Maxim dan Gojek Di**  
**Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat Kampus 1**

No	Pertanyaan	Hasil Wawancara maxim	Hasil wawancara gojek
1.	Seberapa lama menggunakan aplikasi maxim	-sebanyak 4 responden menggunakan maxim selama 3 tahun -sebanyak 8 responden menggunakan maxim selama 1 tahun -sebanyak 6 responden menggunakan maxim selama 6 bulan -sebanyak 3 responden menggunakan maxim selama 3 bulan	Sebanyak 10 orang menggunakan gojek 4 tahun Sebanyak 7 orang menggunakan gojek 2 tahun Sebanyak 4 orang menggunakan gojek 1 tahun
2.	Apakah harga transportasi maxim terjangkau dibandingkan transportasi online	-18 orang responden menjawab iya karena harganya yang murah dan ramah dikantong -2 responden menjawab tidak karena harga yang sering berubah di aplikasi -1 responden menjawab tidak adanya diskon	Sebanyak 19 orang menjawab bahwa harga di gojek lebih mahal  Sebanyak 3 orang mengatakan terdapat diskon pada waktu tertentu
3.	Apakah maxim mengetahui titik jemput yang akurat	-12 responden menjawab sesuai dengan titik jemput -9 responden menjawab mapsnya belum akurat dan kurang lengkap dan	21 responden mengatakan sesuai dengan titik jemput
4.	Bagaimana dengan pelayanan maxim	-15 responden menjawab pelayanannya baik dan ramah -3 responden menjawab kurang puas karena lama dalam penjemputan -1 responden menjawab drivernya cuek dan tidak ramah 2 responden menjawab drivernya minta uang lebih karena lewat dari alamat di aplikasi	14 responden mengatakan pelayanan gojek baik dan ramah 5 responden menjawab drivernya cuek 2 responden menjawab drivernya kurang sopan

*Sumber: Data Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat 2023*

Banyaknya komplain atau keluhan membuat pelanggan kurang puas terhadap aplikasi maxim.kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama untuk menawarkan produknya, jika pelanggan puas menjadi keuntungan tersendiri bagi perusahaan.kepuasan pelanggan secara tidak langsung akan mendorong terjadinya rekomendasi mulut ke mulut. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perusahaan dalam menciptakan kepuasan pelanggan

Sebelum melakukan pra survey tentang transportasi maxim saya juga telah melakukan wawancara /survey terhadap mahasiswa tentang pemakaian aplikasi transportasi lain yaitu gojek,saya mewawancarai mahasiswa tentang aplikasi ini mereka mengatakan bahwa mereka lebih banyak menggunakan maxim dibandingkan gojek dari segi tarif , perbandingan harga tarif tersebut kisaran Rp 2.000- Rp 5.000 dari lokasi ke tujuan yang sama, dan perbandingan lainnya yaitu dari segi pembayaran pada aplikasi gojek menggunakan metode pembayaran melalui gopay dan tunai sedangkan maxim secara tunai saja.oleh perusahaan, karena memiliki memiliki tarif yang lebih murah sehingga mahasiswa tertarik untuk menggunakan maxim dibanding gojek

Kualitas pelayanan memenuhi harapan pelanggan, semakin tinggi pelayanan yang diberikan perusahaan maka semakin tinggi juga kepuasan perusahaan , salah satunya dengan cara memberikan rasa aman dan nyaman ke pelanggan

Selain itu harga juga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, Menurut Kotler dan Armstrong (2016) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau nilai yang ditukar konsumen



atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Jadi dapat disimpulkan dari pra survay diatas belum seluruhnya kualitas pelayanan dan harga maxim belum sepenuhnya sesuai dengan harapan konsumen karena adanya beberapa komplain dari pelanggan .

Berdasarkan uraian diatas, maka timbul keingintahuan penulis untuk melakukan penelitian dengan judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan maxim* Studi Pada Pelanggan transpotasi online maxim pada mahasiswa universitas muhammadiyah sumatera barat kampus satu.

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan maxim pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat kampus satu?.
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan maxim pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat kampus satu?.
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan maxim pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat kampus satu?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maxim pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat kampus satu.

2. Untuk mengetahui harga pengaruh terhadap kepuasan pelanggan maxim pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat kampus satu.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan maxim pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat kampus satu.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan penulis dalam melaksanakan penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan  
Sebagai pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan yang diharapkan
2. Bagi penulis  
Dengan penelittian ini diharapkan dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama bangku kuliah untuk menghadapi masalah yang terjadi dilapangan
3. Bagi akademis  
Peneliti berharap bahwa hasil ini berguna sebagai perbandingan untuk menambah pengetahuan dan sebagai acuan bagi peneliti lain.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORISTIS**

#### **2.1 Kepuasan Pelanggan**

##### **2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler dan Keller (2018:138), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas.

Sedangkan menurut Tjiptono (2012 hal. 311) kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan.

Pengertian Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi kepuasan pelanggan (customer satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas.

### **2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler & Keller,(2016:157) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, antara lain :

1. Kualitas Produk, pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Harga, produk yang mempunyai kualitas sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
3. Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
4. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau self system yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.
5. Biaya dan kemudahan, pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

### **2.1.3 Dimensi Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler dan Keller (2012:62). Menyatakan terdapat lima dimensi untuk mengukur kepuasan konsumen antara lain :



1. Membeli lagi.
2. Merekomendasikan kepada orang lain
3. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing
4. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama
5. Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan

#### **2.1.4 Indikator Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler dan Keller (2012:27) dalam Cindy & Sari,n.d Menyatakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan. Indikator kepuasan pelanggan dapat dilihat dari:

1. Kesesuaian harapan

Berkaitan dengan keberhasilan kinerja pemasaran yang dilakukan perusahaan karena konsumen dapat dikatakan puas terhadap produk dan jasa apabila kinerja pemasaran yang dilakukan telah sesuai dengan keinginan konsumen

2. Pengalaman yang baik terhadap pelayanan

Perusahaan yang memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan keinginan konsumen membuatnya melakukan pembelian / penggunaan di lain waktu

3. Keinginan untuk merekomendasikan

Adalah bentuk dari luapan perasaan konsumen setelah mendapatkan produk yang sesuai dengan keinginan

## **2.2 Kualitas Pelayanan**

### **2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler (2016:440), mendefinisikan kualitas pelayanan adalah model yang menggambarkan kondisi konsumen dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masalah promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan.

Menurut Lupiyoadi (2013:216) menjelaskan kualitas pelayanan/jasa dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima dan keberhasilan perusahaan dalam memberikan jasa yang berkualitas kepada pelanggannya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan laba perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan.

Dapat disimpulkan kualitas pelayanan adalah gambaran konsumen terhadap pelayanan jasa yang diberikan kepada konsumen sesuai harapan atau tidaknya pelayanan yang mereka terima

### **2.2.2 Indikator Kualitas Pelayanan**

Indikator Kualitas Pelayanan khansa dalam Kotler (2016:393) menyebutkan lima Indikator Kualitas Pelayanan yang harus dipenuhi yaitu:

1. Keandalan (reliability) Merupakan kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan dapat diandalkan dan akurat,
2. Daya tanggap (responsiveness) Merupakan kesedian untuk membantu konsumen dan memberikan layanan yang cepat

3. Jaminan (assurance)

Merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menyampaikan kepercayaan dan kepercayaan diri,

4. Empati (empathy) Merupakan pemberian perhatian yang individual kepada para konsumen.

5. Wujud layanan (tangibles)

## **2.3. Harga**

### **2.3.1 Pengertian Harga**

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:62) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Manus dan Lumanauw (2015:697) dalam ferdinand napitupulu menyatakan harga mempunyai peranan penting dalam proses pengambilan keputusan yaitu peranan alokasi dari harga adalah membantu para pembeli untuk memperoleh produk atau jasa dengan manfaat terbaik berdasarkan kekuatan daya belinya. Harga juga merupakan gambaran dari kualitas atau manfaat yang diberikan oleh suatu produk. Hal ini dapat terjadi karena konsumen yakin bahwa harga mampu memprediksi kualitas dari suatu produk,

Menurut (Hasan,2013:521) dalam gisella putri yohana harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang dan beserta pelayanan dari suatu produk. Bagi perusahaan penetapan harga merupakan cara untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Astuti (2013:3)

menjelaskan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapat sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

### **2.3.2 Tujuan Dalam Menetapkan Harga**

Menurut Kotler dan Keller, (2016:71) perusahaan memiliki tujuan-tujuan dalam menetapkan harga diantaranya:

- 1) Kemampuan Bertahan (Survival) Perusahaan mengejar kemampuan bertahan sebagai tujuan utama mereka jika mereka mengalami kelebihan kapasitas, persaingan ketat dan keinginan konsumen yang berubah. Selama harga menutup biaya variabel dan beberapa variabel tetap, maka perusahaan tetap berada dalam bisnis. Kemampuan bertahan merupakan tujuan jangka pendek. Dalam jangka panjang, perusahaan harus mempelajari cara menambah nilai atau menghadapi kepunahan.
- 2) Laba maksimum saat ini (Maximum Current Profit) Banyak perusahaan berusaha menetapkan harga yang akan memaksimalkan laba saat ini. Perusahaan memperkirakan permintaan dan biaya yang berasosiasi dengan harga alternatif dan memilih harga yang menghasilkan laba saat ini, arus kas, atau tingkat pengembalian atas investasi maksimum. Strategi ini mengasumsikan bahwa perusahaan mempunyai pengetahuan atas fungsi permintaan dan biayanya. Pada kenyataannya, fungsi ini sulit diperkirakan. Dalam menekankan kinerja saat ini, perusahaan mungkin mengorbankan kinerja jangka panjang dengan mengabaikan pengaruh variabel bauran pemasaran lain, reaksi pesaing dan batasan hukum pada harga.



- 3) Pangsa Pasar Maksimum (Maximum Market Share) Beberapa perusahaan ingin memaksimalkan pangsa pasar mereka. Perusahaan percaya bahwa semakin tinggi volume penjualan, biaya unit akan semakin rendah dan laba jangka panjang semakin tinggi. Perusahaan menetapkan harga terendah mengasumsikan pasar sensitive terhadap harga. Strategi penetapan harga penetrasi pasar dapat diterapkan dalam kondisi seperti, Pasar sangat sensitive terhadap harga dan harga yang rendah merangsang pertumbuhan pasar, Biaya produksi dan distribusi menurun seiring terakumulasinya pengalaman produksi, Harga rendah mendorong persaingan aktual dan potensial.
- 4) Pemerahan Pasar Maksimum (Maximum Market Skimming) Perusahaan mengungkapkan teknologi baru yang menetapkan harga tinggi untuk memaksimalkan pemerah pasar. Pada mulanya harga ditetapkan dengan tinggi dan pelan – pelan turun seiring waktu. Meskipun demikian, strategi ini bisa menjadi fatal jika ada pesaing besar yang memutuskan menurunkan harga. Pemerah pasar akan masuk akal dalam kondisi berikut :
  - a. Terdapat cukup banyak pembeli yang permintaan saat ini yang tinggi.
  - b. Biaya satuan memproduksi volume kecil tidak begitu tinggi hingga menghilangkan keuntungan dari mengenakan harga maksimum yang mampu diserap pasar.
  - c. Harga awal tinggi menarik lebih banyak pesaing kepasar.

- d. Harga tinggi mengkomunikasikan citra produk yang unggul.
- 5) Kepemimpinan Kualitas Produk (Product – Quality Leadership) Banyak merek berusaha menjadi “ kemewahan terjangkau “ produk atau jasa yang ditentukan karakternya oleh tingkat kualitas anggapan, selera dan status yang tinggi dengan harga yang cukup tinggi agar tidak berada diluar jangkauan konsumen.

### **2.3.3 Indikator Harga**

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:67) menjelaskan ada empat ukuran yang mencirikan harga, adalah: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai kemampuan atau daya beli.

- a. Keterjangkauan harga Harga terjangkau yakni espektasi pelanggan sebelum mereka melangsungkan pembelian, pelanggan dapat mencari produk yang harganya bisa digapai oleh pelanggan.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk Untuk prduk tertentu pelanggan biasanya tidak berkeberatan jikalau mereka harus membeli dengan harga yag relative mahal yang penting produk berkualitas, tetapi pelanggan menghendaki produk dengan harga murah dan mutu baik.
- c. Daya saing Harga Organisasi menentukan harga jual produk dengan mempertimbangkan harga produk yang di jual oleh pesaingnya sehingga produk mereka bisa bersaing di pasar.
- d. Kesesuain Harga Dengan Manfaat Pelanggan sering mengindahkan harga produk tetapi lebih bersangkutan dengan manfaat produknya

## 2.4 Penelitian Terdahulu

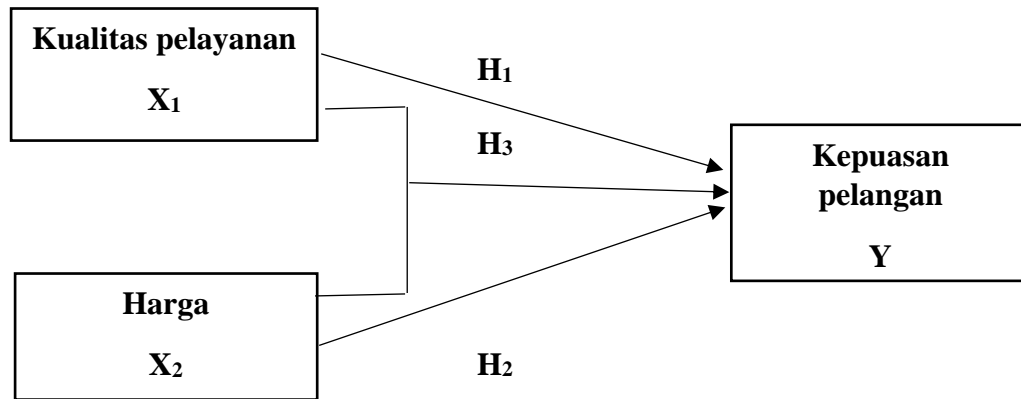
**Tabel 2.1**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul</b>	<b>Sumber Jurnal</b>	<b>Variabel Yang Diteliti</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Silalahi, Amlys Syahputra 2017	Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Indihome dari PT. Telkom Witel Medan Sumatera Utara (Studi Kasus di Komplek TASBIH 1 dan 2)	Repositori insitusi Universitas Sumatera utara	Harga $x_1$ Kualitas produk $x_2$ Kepuasan pelanggan $y$	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) hasil uji signifikansi pengaruh simultan dengan uji F, diketahui bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara serempak terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dari nilai $F_{hitung}=24,913 > F_{tabel}= 3,13$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ , (2) variabel harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dari $t_{hitung}=3,474 > t_{tabel} 1,667$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ , (3) variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dari $t_{hitung}=4,354 > t_{tabel}=1,667$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ .

				<p>Nilai Adjusted R Square sebesar 0,399 atau 39,9%. Nilai koefisien determinasi R<sup>2</sup> sebesar 0,416 atau 41,6%.</p>
<p>Athira Yasmin Haladi 2016</p>	<p>Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek Di Kota Surabaya</p>	<p>e journal Unesa Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi,</p>	<p>Kualitas layanan x<sub>1</sub> Kepuasan pelanggan y</p>	<p>Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (tangible, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sebesar 42,4%, sedangkan 57,6% dipengaruhi oleh variabel lain. tidak diteliti oleh peneliti</p>
<p>Taupik Ismail Politeknik Piksi Ganesha, Bandung Ramayani Yusuf Politeknik Piksi Ganesha, Bandung 2021</p>	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung</p>	<p>Jurnal ilmiah manajemen ekonomi vol 5 no3 (2021)</p>	<p>X<sub>1</sub> kualitas pelayanan Y kepuasan pelanggan</p>	<p>penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh Kualitas Pelayanan (X) secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Kemudian Kualitas Pelayanan (X) memiliki pengaruh sebesar 67,3% terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sedangkan 32,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.</p>
<p>Abdul Gofur 2019</p>	<p>Pengaruh Kualitas</p>	<p>Jurnal Riset Manajemen</p>	<p>X<sub>1</sub> kualitas pelayanan</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa</p>

	Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indosteger Jaya	dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vol.4, No.1 Februari 2019	$X_2$ harga Y kepuasan pelanggan	kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil lainnya, bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
R. A. Tsalisa, S. P. Hadi, and D. Purbawati, 2022	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Semarang	Jurnal administrasi bisnis Vol 11, No 4 (2022)	$X_1$ kualitas pelayan $X_2$ Harga Y kepuasan pelanggan	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, serta kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online Maxim di Kota Semarang.

## 2.5 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1  
Kerangka Konseptual

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan

X<sub>2</sub> = Harga

## 2.6 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2013:93) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Maka hipotesis dari penelitian ini yaitu:

H<sub>1</sub> : Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan maxim pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat kampus satu

H<sub>2</sub> : Diduga Harga berpengaruh terhadap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan maxim pada mahasiswa universitas muhammadiyah sumatera barat kampus satu

H<sub>3</sub> : Diduga Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan maxim pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat kampus satu



## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif asosiatif, Menurut Sugiyono (2015) penelitian asosiatif adalah penelitian yang bermaksud untuk mengetahui hubungan sebab akibat antar variabel yaitu dua variabel atau lebih. jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat dan waktu penelitian ini di Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat Kampus 1, Pada Desember 2023 sampai selesai

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi menurut Sugiyono (2017:215) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya,

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa tahun 2023 Di kampus satu Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat sebanyak 273 populas

**Table 3.1**  
**Data Maba 2023**

<b>NAMA FAKULTAS</b>	<b>JUMLAH MAHASISWA</b>
Fakultas Agama Islam	107
Fakultas Ekonomi	67
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik	11
Fakultas Kehutanan	31
Fakultas Farmasi	57
<b>TOTAL</b>	<b>273</b>

*Sumber : Rektorat Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat 2023*

### 3.3.2 Sampel

Menurut sugiyono (2013:116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

pengambilan sampel dilakukan dengan teknik sampel probability sampling menurut sugiyono (2013) probability adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

Keterangan :

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

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang

Masih bisa ditolerir;  $e=0,1$

Dalam rumus slovin ada ketentuan sebagai berikut :

Nilai  $e = 0,1$  (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai  $e = 0,2$  (20%) Untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang diambil dari Teknik slovin adalah antara 10 – 20% Dari populasi penelitian. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 273 mahasiswa, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 5% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = N/1+Ne^2$$

$N =$  Jumlah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

$$e = 5\%$$

$$\begin{aligned} n &= 273/ (1+(273 + (0,05) \\ &= 273/ (1+(273 \times (0,0025) \\ &= 273/ (1+ 0,685) \\ &= 273/ 1,685 \\ &= 162,017 \end{aligned}$$

Jadi sampel pada penelitian ini 162 sampel,

### 3.4 Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel

#### 3.4.1 Pengertian Operasional

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang mempengaruhi yaitu variabel dependent dan variabel independent. Variabel independent yaitu marketing viral, dan kualitas produk Variabel dependent yaitu penjual

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Alat ukur
1	Kualitas pelayanan (X1)	Menurut Kotler (2016:440), mendefinisikan kualitas pelayanan adalah model yang menggambarkan kondisi konsumen dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masalalu promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan.	Indikator Kualitas Pelayanan menurut Kotler (2016:393) menyebutkan lima Indikator Kualitas Pelayanan yang harus dipenuhi yaitu: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. keandalan</li> <li>2. daya tanggap</li> <li>3. jaminan</li> <li>4. empati</li> <li>5. wujud layanan</li> </ol>	Skala likert
2.	Harga (X2)	Menurut Kotler dan Armstrong (2016:62) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.	Menurut Kotler dan Armstrong (2009) indikator harga adalah <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan</li> <li>2. kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Daya saing Harga</li> <li>4. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat</li> </ol>	Skala likert
3.	Kepuasan Pelanggan	Menurut Kotler dan Keller (2018:138), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang	Menurut Kotler dan Keller (2012:27) dalam Cindy & Sari,n.d Menyatakan kunci untuk mempertahankan	

		yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas.	pelanggan adalah kepuasan. Indikator kepuasan pelanggan dapat dilihat dari: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian harapan</li> <li>2. Pengalaman yang baik terhadap pelayanan</li> <li>3. .Keinginan untuk merekomendasikan</li> </ol>	
--	--	---	---	--

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.5.1 Observasi**

Menurut Sutrisno Hadi ( dalam Sugiyono 2013:203) observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis

#### **3.5.2 Wawancara**

Pengumpulan Data dengan Wawancara (Interview) Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2019), wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu

#### **3.5.3 Kuesioner**

Menurut Sugiyono (2013:199) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam hal ini peneliti menyebarkan kuesioner pada responden dan dari jawaban yang diperoleh kemudian diberi skor menggunakan skala likert.

### 3.5.4 Dokumentasi

Menurut sugiyono (2019:314) menjelaskan bahwa dokumentasi merupakan cara pengumpulan data melalui peninggalan tertulis seperti arsip, buku, teori, dalil atau yang berhubungan dengan penelitian. Dokumen ini digunakan untuk mendapatkan keterangan dan penerangan pengetahuan bukti yang dapat mendukung dalam penelitian ini.

### 3.5.5 Data dan Sumber Data

Sumber data penelitian ini merupakan data primer, dimana informasi yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang berisi pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

**Tabel 3.3**  
**Skala Penilaian Kepuasan Masyarakat**

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Puas (SP)	5
Puas(P)	4
Kurang Puas (KP)	3
Tidak Puas (TP)	2
Sangat Tidak Puas (STP)	1

### 3.6 Teknik Analisis Data

Pengolahan data dengan SPSS Statistics 22. Statistical Program for Social Science merupakan paket program aplikasi komputer untuk menganalisis data statistik. Dengan SPSS kita dapat membuat laporan berbentuk tabulasi, chart (grafik), plot (diagram) dari berbagai distribusi, statistik deskriptif dan analisis statistik yang kompleks.

### **3.6.1 Statistik Deskriptif**

Menurut Sugiyono (2013:206) Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif berfungsi untuk mempelajari tata cara pengumpulan, pencatatan, penyusunan dan penyajian data penelitian dalam bentuk tabel frekuensi atau grafik dan selanjutnya dilakukan pengukuran nilai-nilai statistiknya.

## **3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas**

### **3.7.1 Uji Validitas**

Uji validitas merupakan keadaan yang menggambarkan apakah instrument yang kita gunakan mampu mengukur apa yang akan kita ukur. Hasil yang diperoleh dari uji validitas adalah suatu instrument yang valid atau sah. Tujuan uji validitas untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrument pengukuran dalam melakukan fungsi ukurnya. Agar data yang diperoleh relevan atau sesuai dengan tujuan diadakannya pengukuran tersebut. Untuk melakukan uji validitas menggunakan program SPSS. Teknik pengujian yang digunakan adalah korelasi Bivariate Pearson (*Product Moment Pearson*) yang merupakan pengukuran parametric, akan menghasilkan koefisien korelasi yang berfungsi untuk mengukur kekuatan hubungan linear antara dua variable. Jika hubungan dua variable tidak linear, maka koefisien korelasi pearson tersebut tidak mencerminkan kekuatan hubungan dua variable yang sedang diteliti, meski kedua variable mempunyai hubungan kuat.



Dalam hal ini perlu dibedakan antara hasil penelitian yang valid dan reliabel dengan instrument yang valid dan reliabel. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data mengukur itu valid. Menurut Sugiyono (2013:172) valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Indikator dalam kuesioner dapat dikatakan valid apabila nilai  $r$  hitung hasilnya lebih besar dari  $r$  tabel.

### **3.7.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel. Menurut Sugiyono (2013:173) Reliabilitas instrumen merupakan syarat untuk pengujian validitas instrument.

Oleh karena itu walaupun instrumen yang valid umumnya pasti reliabel, tetapi pengujian reliabilitas instrumen perlu dilakukan. Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan test-retest (*stability*), equivalent, dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrumen dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu. Untuk menguji data yang akan kita uji reliabilitas maka penelitian menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai  $r_{xx}$  mendekati angka 1. Reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan yaitu  $\geq 0.700$ . jika nilai  $\alpha > 0.7$  artinya reliabilitas mencukupisementara jika  $\alpha > 0.80$  ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Jika  $\alpha > 0.90$  maka reliabilitas sempurna, jika  $\alpha 0.70 - 0.90$  maka reliabilitas tinggi, jika  $\alpha 0.50 - 0.70$  maka reliabilitas moderat, jika  $\alpha < 0.50$  maka reliabilitas rendah, jika  $\alpha$  rendah kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

### **3.8 Tingkat Kepuasan**

Menurut Kotler (2008:36) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, pelanggan akan puas. Sedangkan apabila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama.

Untuk mendapatkan rata-rata skor masing-masing indikator dipakai rumus:

$$\text{Rata-rata skor} = \frac{(5,SS)+(4,S)+(3,KR)+(2,TS)+(1,STS)}{SS+KR+TS+STS}$$

Untuk mencari tingkat pencapaian jawaban responden digunakan rumus:

$$\text{TCR} = \frac{\text{Rata-rata skor} \times 100\%}{\text{skor maksimum}}$$

Menurut Sugiyono (2013:184) kriteria penilaian TCR% adalah sebagai berikut:

1. 80-100% = Sangat Puas
2. 60<80% = Puas
3. 40<60% = Kurang Puas
4. 20<40% = Tidak Puas
5. <20% = Sangat Tidak Puas

### 3.9 Analisis Regresi Berganda

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent atau bebas kualitas pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), terhadap variabel dependent yaitu kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

Menurut Sugiyono (2013:277) rumus persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian adalah :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

$Y$  = Variabel dependen (Kepuasan masyarakat)

$X_1, X_2$  = Variabel independent Kualitas pelayanan dan harga

$b_0$  = Konstanta

$b_1, b_2$  = Koefisien regresi

$e$  = Error atau variabel pengganggu

### **3.10 Uji Asumsi Klasik**

Sebelum melakukan uji regresi, tahap awal yang perlu dilakukan adalah melakukan pengujian asumsi klasik terhadap persamaan regresi berganda.

#### **3.10.1 Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (2018:111) uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Uji normalitas ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* yaitu uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. Nilai residual terstandarisasi normal jika  $K$ -hitung  $<$  dari  $t$ -table atau nilai  $\text{sig} < \alpha$ .

#### **3.10.2 Uji Multikolinearitas**

Menurut Ghozali (2018:105) Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Jika terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas maka model regresi tersebut mengandung gejala multikolinearitas. Uji multikolinearitas ini menggunakan uji dengan *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF tidak lebih dari 10, maka model regresi tersebut tidak terdapat gejala multikolinearitas.

#### **3.10.3 Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Jonathan Sarwono (2017:98) heteroskedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama atau konstan. Sebaliknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama atau konstan, maka

disebut dengan homoskedastisitas. Menurut Ghazali (2013:142) uji heteroskedastisitas ini menggunakan metode *Glejser* dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Persamaan uji *Glejser* adalah sebagai berikut :

$$|v_i| = \alpha + \beta X_i + v_i$$

Keterangan :

$|v_i|$  = nilai residual mutlak

$X_i$  = Variabel bebas

Jika  $\beta$  signifikan maka terdapat pengaruh variabel bebas terhadap nilai residual mutlak sehingga dinyatakan terdapat gejala heteroskedastisitas. Demikian pula sebaliknya.

### 3.10.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara data keserangkaian data observasi diuraikan menurut waktu atau ruang. Menurut Jonathan Sarwono (2017:98) otokorelasi mempunyai makna terjadi korelasi antar nilai dalam satu variabel yang sama. Uji autokorelasi ini menggunakan metode Durbin Watson (DW). Kisaran nilai DW mulai dari 0–4.

1. . Rumus yang digunakan adalah :

$$DW = \frac{\sum(e - e^{+1})^2}{\sum e^{+2}}$$

Keterangan :

DW = Nilai Durbin-Watson

e = Nilai residual

$e^{+1}$  = Nilai residual satu periode sebelumnya

### 3.10.5 Hipotesis

#### a. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen. Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan t-hitung dengan t-tabel atau dengan melihat kolom signifikan pada masing-masing t-hitung. Menurut Jonathan Sarwono (2017:26) langkah-langkahnya sebagai berikut :

##### 1. Merumuskan hipotesis

$H_0 : \beta = \beta_0$  (variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y secara signifikan)

$H_1 : \beta \neq \beta_0$  (variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara signifikan) untuk pengujian dua sisi

$H_0 : \beta = \beta_0$  (variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y secara signifikan)

$H_1 : \beta > \beta_0$  (variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara positif)

$H_1 : \beta < \beta_0$  (variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara negatif)

##### 2. Menentukan nilai probabilitas atau signifikansi ( $\alpha$ )

$t_{\alpha}, t_{\alpha/2} \rightarrow$  Degree of Freedom (DF) = n-k (k = banyaknya semua variabel)

##### 3. Menghitung nilai uji statistik dengan rumus

$$t_0 = \frac{b - b_0}{S_b}$$

#### 4. Membuat kesimpulan

##### a. Uji satu sisi (*one-tailed test*)

Jika  $t_o > t^\alpha$ , maka  $H_0$  ditolak

Jika  $t_o \leq t^\alpha$ , maka  $H_0$  diterima atau,

Jika  $t_o < -t^\alpha$ , maka  $H_0$  ditolak

Jika  $t_o \geq -t^\alpha$ , maka  $H_0$  diterima

##### b. Uji dua sisi (*two-tailed test*)

Jika  $t_o > t_{\alpha/2}$  atau  $t_o < -t_{\alpha/2}$ , maka  $H_0$  ditolak

Jika  $-t_{\alpha/2} \leq t_o \leq t_{\alpha/2}$ , maka  $H_0$  diterima.

Rumus yang digunakan untuk menghitung t-hitung adalah :

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Keterangan :

t = Nilai t-hitung

n = Jumlah sampel

r = Koefisien korelasi

$r^2$  = Koefisien determinasi

##### **b. Uji F**

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama atau simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel, jika F hitung > dari F tabel ( $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima). Menurut Jonathan



Sarwono (2017:26-27) langkah-langkah dalam menghitung uji F adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis

Ho :  $\beta = \beta_0$  (variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y secara signifikan)

Ha :  $\beta \neq \beta_0$  (variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara signifikan)

2. Menentukan nilai probabilitas atau signifikansi ( $\alpha$ ) dengan ketentuan  $F^\alpha \rightarrow$  Degree of freedom = (k-1),(n-k), dimana k adalah jumlah variabel dan n jumlah kasus (data)

3. Menghitung nilai uji statistik

$$F_o = \frac{RK_{reg}}{RK_{res}} \text{ atau } \frac{MS_{reg}}{MS_{res}}$$

**c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Ghazali (2019: 60) koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai ( $R^2$ ) yang kecil mempunyai kemampuan yang variabel bebas dalam menjelaskan variasi dependen yang terbatas. Nilai yang mendekati satu bahwa variabel bebas memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum**

##### **4.1.1 Sejarah Maxim**

Sejarah perusahaan itu dimulai dari sebuah layanan aplikasi taksi di kota Chardinsk yang terletak di Pegunungan Ural, Rusia. Usaha ini terus berkembang hingga akhirnya berhasil merambah ke seluruh dunia.

Sementara itu, Maxim hadir di Indonesia sekitar Juli 2018 dan mulai beroperasi dari Jakarta. Dan menyebar ke kota seluruh Indonesia termasuk kota Padang

##### **4.1.2 Sejarah Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat**

Universitas Muhammadiyah (UM) Sumatera Barat merupakan salah satu perguruan tinggi swasta pertama di Sumatera Barat yang didirikan pada 18 November 1955 sekaligus Peresmian Fakultas Pertama Fakultas Falsafah dan Hukum Di Padang Panjang Oleh Ketua Umum Pengurus Pusat Muhammadiyah Ahmad Rasyid Sultan Mansur. Dr.H.Ali Akbar Dilantik Sebagai Rektor pertama dengan adanya fakultas ini menandai berdirinya universitas Muhammadiyah di Indonesia.

##### **4.1.3 Visi misi**

###### **1. Visi Um Sumatera Barat**

"Menjadi universitas unggul berbasis kearifan lokal dalam pembinaan IMTAQ dan pengembangan IPTEKS untuk kesejahteraan umat"

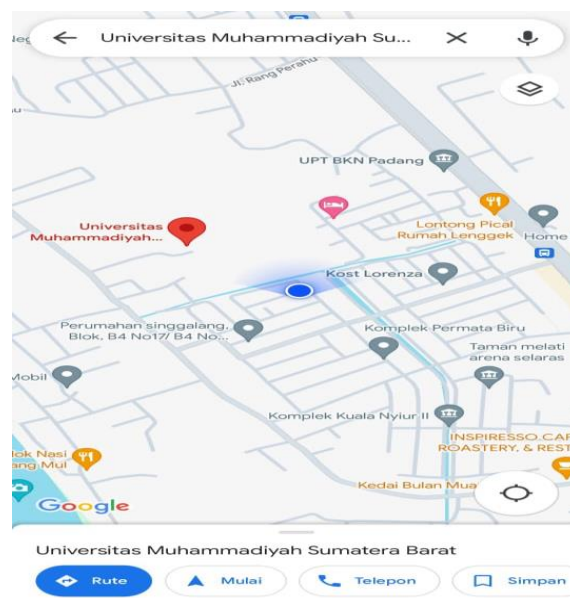
###### **2. Misi Um Sumatera Barat**

Menjamin tercapainya Pendidikan dan Pembelajaran yang bermutu serta humanis.

- a. Mendorong pelaksanaan Penelitian berbasis kearifan lokal untuk pengembangan iptek yang aplikatif.
- b. Mendorong terselenggaranya Pengabdian kepada Masyarakat untuk kesejahteraan umat.
- c. Meningkatkan nilai Al-Islam dan Kemuhammadiyah untuk menghasilkan insan yang beriman dan bertaqwa serta berakhlaq mulia.
- d. Mengembangkan jaringan kerja sama antar lembaga internal dan eksternal Muhammadiyah yang produktif dan berkelanjutan. Dan
- e. Mengoptimalkan tata kelola universitas yang baik menuju peningkatan mutu yang berkelanjutan.

#### 4.3.4 Peta Dan Lokasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

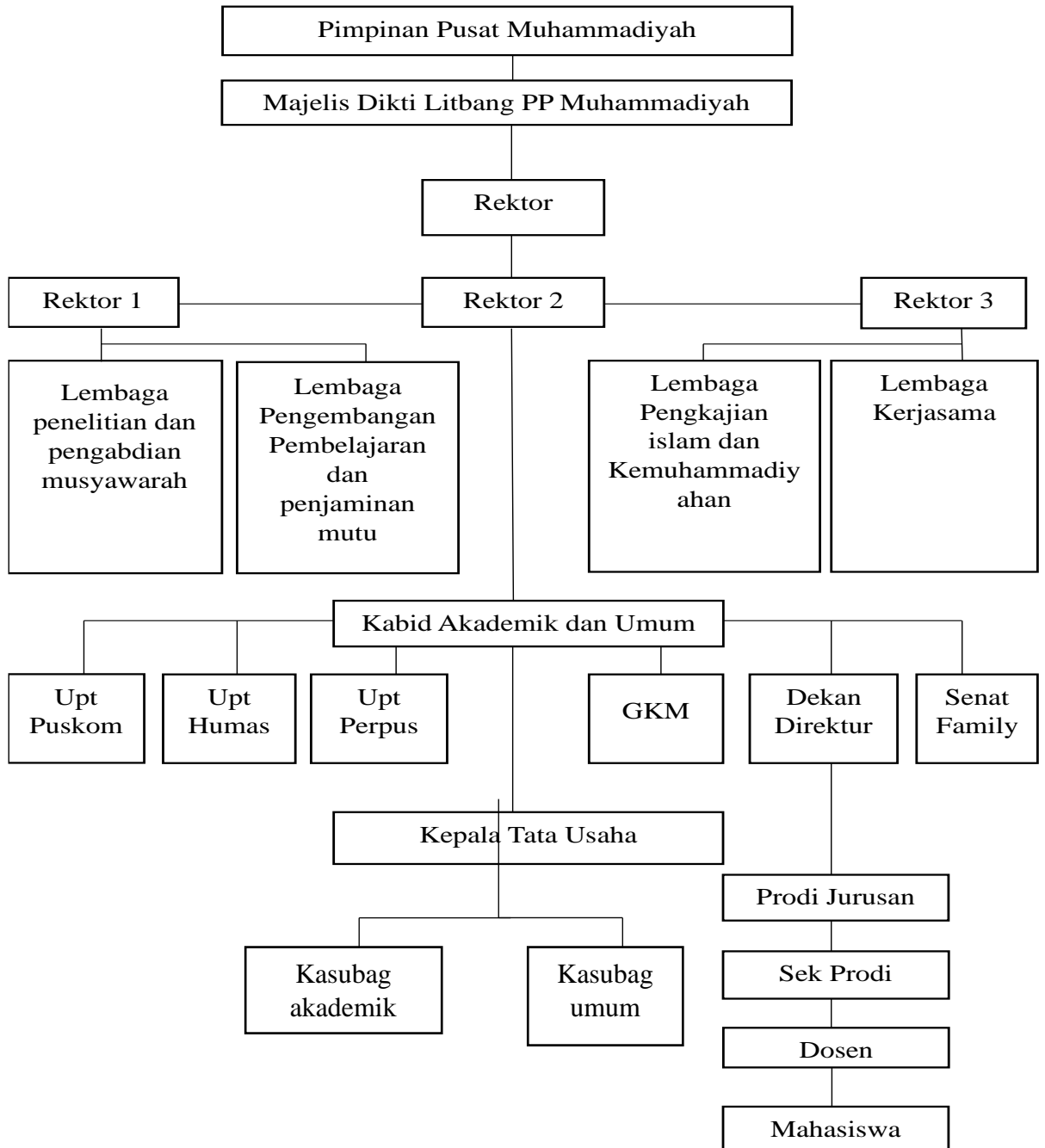
Lokasi Jalan.pasir jambak no 4 pasie nan tigo, kec koto tengah , kota padang, sumatera barat kode pos 2558



**Gambar 4.1**

**Peta universitas muhammadiyah**

#### 4.1.4 . Struktur Organisasi Muhammadiyah Sumatera Barat



**Gambar 4.1**

**Struktur organisasi universitas muhammadiyah sumatera barat**

## 4.2 Hasil Dan Pemahasan

### 4.2.1 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**

#### Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-laki	25	15%
2	Perempuan	137	85%

*Sumber: kuesioner penelitian 2023*

Tabel 4.1 diatas menunjukkan data responden berdasarkan jenis kelamin yaitu sebanyak 25 responden laki-laki (15%) dan sebanyak 85 responden perempuan (85%)

### 4.2.2 Deskripsi Data Berdasarkan Fakultas Sebagai Responden

**Tabel 4.2**

#### Deskripsi Jumlah Mahasiswa 2023 Berdasarkan Fakultas

Nama fakultas	Frekuensi	Persentase
Fakultas ekonomi	52	32,098%
Fakultas ilmu sosial dan politik	6	3,703%
Fakultas kehutanan	14	8,641%
Fakultas agama islam	78	48,148%
Fakultas farmasi	12	7,407%
Jumlah	162	100%

*Sumber : Kuesioner Penelitian 2023*

## 4.3 Uji Validitas Dan Reliabilitas

### 4.3.1 Uji Validitas

Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan serta dapat mengungkapkan dalam variabel yang di teliti secara tetap. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang

dimaksud. Dalam penelitian ini akan di uji semua variabel (dependen dan independen) yang keseluruhan itemnya

Kriteria pengambilan keputusan

Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka dinyatakan valid

Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka dinyatakan tidak valid

$R$  tabel  $= (df) = n - 2 = 28$

Hasil  $r$  tabelnya 0,361 dilihat dari  $r$  tabel no 28

1) hasil uji validitas kualitas pelayanan (x1)

kuesioner penelitian variabel kualitas pelayanan (x1) terdiri dari 9 item hasil perhitungan korelasi untuk skor setiap butir pernyataan dengan total skor variabel kualitas pelayanan (x1) dapat dilihat pada

**Tabel 4.3**  
**Hasil uji validasi (X1)**

Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Item 1	0,662	0,361	Valid
Item 2	0,632	0,361	Valid
Item 3	0,774	0,361	Valid
Item 4	0,869	0,361	Valid
Item 5	0,679	0,361	Valid
Item 6	0,651	0,361	Valid
Item 7	0,781	0,361	Valid
Item 8	0,721	0,361	Valid
Item 9	0,638	0,361	Valid

*sumber olahaan Data Spss 2024*

## 2) hasil uji validitas Harga (x2)

kuesioner penelitian variabel harga (x2) terdiri dari 9 item hasil perhitungan korelasi untuk skor setiap butir pernyataan dengan total skor variabel harga (x2) dapat dilihat pada

**Tabel 4.4**  
**Hasil uji validitas (X2)**

Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Item 1	0,682	0,361	Valid
Item 2	0,801	0,361	Valid
Item 3	0,805	0,361	Valid
Item 4	0,670	0,361	Valid
Item 5	0,486	0,361	Valid
Item 6	0,603	0,361	Valid
Item 7	0,727	0,361	Valid
Item 8	0,615	0,361	Valid
Item 9	0,612	0,361	Valid

*Sumber :Hasil olahaan data spss 2024*

## 3) hasil uji kepuasan pelanggan (y)

kuesioner penelitian variabel kepuasan pelanggan (y) terdiri dari 9 item hasil perhitungan korelasi untuk skor setiap butir pernyataan dengan total skor variabel kepuasan pelanggan (y) dapat dilihat pada

**Tabel 4.5**  
**Hasil uji validitas (Y)**

Indikator	R hitung	R tabel	keterangan
Item 1	0,865	0,361	Valid
Item 2	0,722	0,361	Valid
Item 3	0,650	0,361	Valid
Item 4	0,859	0,361	Valid
Item 5	0,736	0,361	Valid
Item 6	0,824	0,361	Valid
Item 7	0,776	0,361	Valid
Item 8	0,659	0,361	Valid
Item 9	0,690	0,361	Valid

*Sumber :Hasil Olahan Data Spss 2024*

### 4.3.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

Dasar pengujiannya

Cronbach's alpha  $>0,6$  (nilai batas), maka dikatakan reliabilitas menurut surjaweni

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Reliability**

Variabel	Nilai reliabilitas	Status
Kualitas pelayanan (X1)	0,876	Realibel
Harga (X2)	0,903	Realibel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,899	Realibel

*Sumber :Hasil Olahan Data Spss 2024*

### 4.4 Tingkat Capaian Responden

Pada penelitian ini terdapat dua variabel indenpenden yaitu kualitas pelayanan dan harga dan kepuasan pelanggan variabel dependen . Berikut ini deskripsi jawaban responden



## 1. Kualitas Pelayanan

**Tabel 4.7**  
**Tingkat Capaian Responden Kualitas Pelayanan**

No	Stp	Tp	Cp	P	Sp	Jumlah	Skor	Mean	Ideal	Tcr	Keterangan
X1.1			26	87	49	162	671	4,14	810	82,84	sangat puas
X1.2	4	11	34	70	43	162	623	3,85	810	76,91	Puas
X1.3		3	34	72	53	162	661	4,08	810	81,60	sangat puas
X1.4			34	81	47	162	661	4,08	810	81,60	sangat puas
X1.5			30	81	51	162	669	4,13	810	82,59	sangat puas
X1.6	2	2	31	78	49	162	656	4,05	810	80,99	sangat puas
X1.7		2	36	75	49	162	657	4,06	810	81,11	sangat puas
X1.8			36	79	47	162	659	4,07	810	81,36	sangat puas
X1.9		2	38	71	51	162	657	4,06	810	81,11	sangat puas
Average										81,13	sangat puas

*Sumber data primer diolah 2024*

Berdasarkan tabel diatas Kualitas pelayana maxim pada mahasiswa universitas muhammadiyah sumatera barat kampus 1 dengan TCR 81,13 menunjukkan bahawa pelanggan sangat puas

## 2. Harga

**Tabel 4.8**  
**Tingkat capaian responden harga**

No	Stp	Tp	Cp	P	Sp	Jumlah	Skor	Mean	Ideal	Tcr	Keterangan
X2.1	1	2	29	76	54	162	666	4,11	810	82,22	Sangat Puas
X2.2		3	30	86	43	162	655	4,04	810	80,86	Sangat Puas
X2.3		2	34	88	38	162	648	4,00	810	80,00	Sangat Puas
X2.4			30	92	40	162	658	4,06	810	81,23	Sangat Puas
X2.5			35	84	43	162	656	4,05	810	80,99	Sangat Puas
X2.6		2	30	80	50	162	664	4,10	810	81,98	Sangat Puas
X2.7		3	34	73	52	162	660	4,07	810	81,48	Sangat Puas
X2.8			34	94	34	162	648	4,00	810	80,00	Sangat Puas
X2.9	1	3	31	77	50	162	658	4,06	810	81,23	Sangat Puas
Average										81,10	Sangat Puas

**Sumber : data primer olahan 2024**

Berdasarkan tabel diatas harga maxim pada mahasiswa universitas muhammadiyah sumatera barat kampus 1 dengan TCR 81,10 menunjukkan bahawa pelanggan sangat puas

### 3. Kepuasan pelanggan

**Tabel 4.9**  
**Tingkat Capaian Responden Kepuasan Pelanggan**

No	Stp	Tp	Cp	P	Sp	Jumlah	Skor	Mean	Ideal	Tcr	
Y1.1		2	34	99	27	162	637	3,93	810	78,64	Puas
Y1.2		2	26	100	34	162	652	4,02	810	80,49	Sangat Puas
Y1.3	2	2	40	86	32	162	630	3,89	810	77,78	Puas
Y1.4	1		43	82	36	162	638	3,94	810	78,77	Puas
Y1.5	1	4	46	75	36	162	627	3,87	810	77,41	Puas
Y1.6			38	88	36	162	646	3,99	810	79,75	Puas
Y1.7			40	96	26	162	634	3,91	810	78,27	Puas
Y1.8		3	40	94	25	162	627	3,87	810	77,41	Puas
Y1.9		1	37	78	46	162	655	4,04	810	80,86	Sangat Puas
Average										78,56	Puas

**Sumber : data primer olahan 2024**

Berdasarkan tabel diatas pelangan maxim pada mahasiswa universitas muhammadiyah sumatera barat kampus 1 dengan TCR 78,56 menunjukkan bahawa pelanggan merasa puas

### 4.5 Regresi Linear Berganda

Tujuan dari regresi berganda yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dua variabel atau lebih variabel bebas kualitas pelayan dan harga terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan

**Tabel 4.10**  
**Hasil Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,989	2,510		3,581	,000
	kualitas pelayanan	,201	,049	,267	4,106	,000
	Harga	,524	,069	,497	7,640	,000

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

**Sumber : olahan data spss 2024**

Dari tabel diatas dibuat regresi dugaan yaitu

$$\hat{Y} = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

$$\hat{Y} = 8,989 + 0,201x_1 + 0,524x_2$$

Kesimpulannya:

1. Nilai konstanta adalah 8,989 satuan berarti kepuasan pelanggan sebesar 8,989 jika variabel tingkat kualitas pelayanan dan harga sama dengan 0
2. Nilai tingkat kualitas pelayanan = 0,201 satuan yang berarti apabila tingkat kualitas pelayanan meningkat satu satuan ,maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 0,201 satuan dan sebaliknya
3. Nilai harga= 0,524 satuan berarti apabila tingkat kualitas pelayanan meningkat satu satuan , maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 0,524 satuan dan sebaliknya.

## 4.6 Uji Asumsi Klasik

### 4.6.1 Uji normalitas

Uji normalitas ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* yaitu uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. Nilai residual terstandarisasi normal jika  $K\text{-hitung} < \text{dari } t\text{-table}$  atau nilai  $\text{sig} < \alpha$

**Tabel 4.11**  
**Uji normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		162
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,63755657
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,044
	Negative	-,074
Test Statistic		,074
Asymp. Sig. (2-tailed)		,031 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data		
c. Lilliefors Significance Correction.		

**Sumber :Hasil olahaan spss 2024**

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai kolmogorov smirnov nilai asymp.sig.(2-tailed) lebih besar dari nilai porbalitas yakni  $0,030 < 0,05$  dengan kata lain hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

#### 4.6.3 Uji heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013:142) uji heteroskedastisitas ini menggunakan metode *Glejser* dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya

- a. Jika nilai signifikansi  $>0,05$  kesimpulannya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas
- b. Jika nilai signifikansi  $<0,05$  kesimpulannya adalah terjadi heteroskedastisitas

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,730	1,522		1,794	,075
	kualitas pelayan	,046	,030	,131	1,558	,121
	Harga	,064	,042	-,130	-1,550	,123

a. Dependent Variable: RES2

**Sumber : Hasil olahaan spss 2024**

Dari tabel diatas dapat disimpulkan kedua variabel indenpenden kualitas pelayanan dan harga yaitu 0,121 dan 0,123  $> 0,05$  dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteskedastisitas pada model regresi

#### 4.6.4 Uji autokorelasi

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,643 <sup>a</sup>	,414	,406	2,654	1,914
a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN					
b. Dependent Variable: KEPUASAAN PELANGGAN					

*sumber : olahaan data spss*

Nilai DL=1,7182

Nilai DU= 1,7681

4-DU = 2,2319

Durbin Watson =1,914

Syarat tidak terjadinya gejala autokorelasi

=DU < DW < 4DU

1,7681 < 1,914 < 2,2319

Kesimpulan tidak terjadi auto korelasi

#### 4.6.5 Uji multikolinearitas

ini menggunakan uji dengan *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF).

Jika nilai VIF tidak lebih dari 10, maka model regresi tersebut tidak terdapat gejala multikolineari

**Tabel 4.12**  
**Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,989	2,510		3,581	,000		
	kualitas pelayanan	,201	,049	,267	4,106	,000	,871	1,148
	Harga	,524	,069	,497	7,640	,000	,871	1,148

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

*Sumber : Hasil olahaan spss 2024*

Nilai tolerance  $0,817 > 0,10$  dan dilihat dari VIF yang dihasilkan sebesar

$1,148 < 10,00$

Hasil ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas.

## 4.7 Hipotesis

### 4.7.1 Uji T

Bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial (sendiri)

yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

Rumus t tabel = (a: (df = n-k)

= (0,05:159)

Jadi t tabel 0,1654

Dasar pengambilan keputusan

- 1) Jika t hitung  $>$  t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

- 2) Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka tidak pengaruh variabel X terhadap variabel Y

**Tabel 4.14**  
**Regresi linear berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,989	2,510		3,581	,000
	kualitas pelayanan	,201	,049	,267	4,106	,000
	Harga	,524	,069	,497	7,640	,000

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

**Sumber :Hasil olahaan data spss 2024**

Dari tabel diatas dapat disimpulkan

- 1) Hipotesi pertama pada penelitian ini nilai  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$   
 $0,4106 > 0,1654$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan X1 terhadap kepuasan pelanggan Y diterima
- 2) Hipotesis kedua pada penelitian ini nilai  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$   $0,7640 > 0,1654$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan X2 terhadap kepuasan pelanggan Y diterima

#### 4.7.2 Uji F

Bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan (bersama-sama) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)



**Tabel 4.15**  
**Regresi linear berganda**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	790,316	2	395,158	56,097	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1120,029	159	7,044		
	Total	1910,346	161			
a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan						
b. Predictors: (Constant), harga, kualitas pelayan						

*Sumber : Hasil olahaan data spss 2024*

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai f hitung diperoleh sebesar 56,097 dengan f tabel sebesar 3,05 sehingga  $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$  yaitu  $56,097 > 3,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama variabel independen kualitas pealyanan dan harga terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan

#### 4.7.3 Koefisien determinasi

Berfungsi untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan terhadap Y

**Tabel 4.16**  
**Regresi linear berganda**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,643 <sup>a</sup>	,414	,406	2,654
a. Predictors: (Constant), harga, kualitas pelayan				

*Sumber : data olahaan spss 2024*

Dari tabel diatas dapat disimpulkan dapat diperoleh nilai R sebesar 0,643 dan nilai r square didapatkan yaitu sebesar 0,414 yang artinya pengaruh variabel indenpenden kualitas pelayanan dan harga terhadap variabel dependen (kepuasaan pelanggan sebesar 41,4% dan selebihnya sebesar 58,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

## **Pembahasan**

Penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel, dimana kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran angket (kuesioner), dengan jumlah sampel sebanyak 162 responden. Penjelasan masing- masing variabel dijelaskan sebagai berikut

### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil penelitian di atas mengenai pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan maxim, diperoleh hasil variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai thitung  $0,4106 > t_{tabel} 0,1654$  jadi dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh positif ini berdampak pada kepuasan pelanggan (Feranita, 2018). Selanjutnya sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh (Nasution, 2018) yaitu

kualitas pelayanan secara umum mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihannya untuk berbelanja dan keputusan itu yang akan membawa konsumen pada kepuasan yang ingin diperolehnya.

## **2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil penelitian di atas mengenai pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan maxim, diperoleh hasil variabel variabel harga memiliki nilai  $t$  hitung  $0,7640 < t$  tabel  $0,1654$  sehingga dapat disimpulkan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Jadi dapat dikatakan bahwa dalam menjamin kepuasan pelanggan dikemudian hari, harga merupakan salah satu faktor pendorong yang penting. Karena harga merupakan tolak ukur bagi pelanggan dalam membandingkan dengan pesaing lain. Selain itu dengan harga yang berkualitas dan kompetitif serta dibarengi dengan kualitas yang baik, akan mampu meningkatkan kesetiaan pelanggan dalam membeli.

Dengan demikian, maka diduga terdapat hubungan positif antara harga dengan kepuasan pelanggan. Artinya, bahwa semakin tinggi kelayakan tingkat harganya, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan, sebaliknya, semakin rendah harga semakin rendah pula kepuasan pelanggan (Maulana, 2016).

## **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan**

Mengenai pengaruh secara simultan antara variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada maxim, diperoleh nilai  $F$  hitung sebesar  $56,097$  sedangkan  $F$  tabel sebesar  $3,05$  maka  $F$  hitung  $> F$  tabel. Maka

dapat diambil kesimpulan bahwa variabel X1 (kualitas pelayanan), X2 (harga) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan).

Jadi dapat dikatakan bahwa dengan adanya kualitas pelayanan dan harga yang baik, yang disesuaikan dengan kebutuhan dan persepsi pelanggan, maka hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan kepada perusahaan dan akhirnya akan memperoleh tujuan perusahaan yaitu menciptakan kepuasan pelanggan.

Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan (Arif, 2016) dalam penelitiannya yang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan yaitu bila penjual memberikan harga lebih murah, mungkin saja produk akan terjual dengan baik, kombinasi yang tepa tantara pelayanan yang baik dan harga yang wajar akan menghasilkan nilai yang baik.

#### **4. Determinasi kepuasan dan harga terhadap kepuasan**

dapat disimpulkan dapat diperoleh nilai R sebesar 0,643 dan nilai r square didapatkan yaitu sebesar 0,414 yang artinya pengaruh variabel indenpenden (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 41,4% selebihnya sebesar 58,6% dipengaruhi oleh vriabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulan pada penelitian ini adapun kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil penelitian di atas mengenai pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan maxim, diperoleh hasil variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai  $t_{hitung} 0,4106 > t_{tabel} 0,1547$  dan jadi dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
- 2) Berdasarkan hasil penelitian di atas mengenai pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan maxim, diperoleh hasil variabel variabel harga memiliki nilai  $t_{hitung} 0,7640 < t_{tabel} 0,1547$  sehingga dapat disimpulkan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- 3) Mengenai pengaruh secara simultan antara variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Maxim, diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 56,097 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 3,05 maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel X1 (kualitas pelayanan), X2 (harga) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan).

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka peneliti memberikan saran terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran yang ingin disampaikan adalah sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil evaluasi atau hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sudah cukup baik dalam memenuhi keinginan pelanggan, pelanggan sudah puas dengan dengan kinerja pelayanan yang diberikan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan mampu mempertahankan hal tersebut dan bahkan terus meningkatkan kualitas yang ada supaya konsumen terus merasa puas dan berdampak pada pembelian ulang.
- 2) Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan .Sehingga disarankan kepada pemilik perusahaan untuk mempertahankan dan lebih memperhatikan harga lagi.Dan mencari strategi baru untuk menjaga daya saing harga yang dimiliki saat ini . misalnya dengan memberikan potongan atau promo harga sehingga harga dapat bersaing dengan produk atau jasa yang lain
- 3) Melihat pengaruh secara bersama-sama antara variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan sebaiknya pengaruh tersebut lebih ditingkatkan lagi. Karena dengan kualitas pelayanan yang baik dan adanya harga promo akan memicu tingkat kepuasan pelanggan maxim ddimasa yang akan datang

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Gofur 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indosteger Jaya* Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vol.4, No.1 Februari 2019
- Adhari, Lendy Zelviean. 2019. *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Pasuruan : Qiara Media.
- Arianto Nurmin. 2022. *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Athira Yasmin Haladi 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek Di Kota Surabaya* e journal Unesa Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi,
- Dewi, Ida Ayu Laksmi Dewi. 2023. *Niat Beli Konsumen Berbasis Sikap, Norma Subyektif, dan kualitas produk*. Bandung: Intelektual Media Manifes Media.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta : Erlangga
- Philip Kotler Dan Garry Armstrong. 2013. *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- R. A. Tsalisa, S. P. Hadi, and D. Purbawati, 2022 *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Semarang* Jurnal administrasi bisnis Vol 11, No 4 (2022)
- Syahputra dkk. 2023. *Perencanaan Strategi Pemasaran*. Bandung: Intelektual Media Manifes Media
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. ALFABETA.
- Sugiyono, 2013, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)
- Silalahi, Amlis Syahputra 2017 *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Indihome dari PT. Telkom Witel Medan Sumatera Utara* Repositori insitusi Universitas sumatera utara

Taupik Ismail Politeknik Piksi Ganesha, Bandung Ramayani Yusuf Politeknik Piksi Ganesha, Bandung 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung* Jurnal ilmiah manajemen ekonomi vol 5 no3 (2021)