

## Pengaruh Antara Harga , Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Sport Station Kota Batu

**Alfiah<sup>1</sup>**

Prodi Manajemen STIE Kertanegara Malang  
[alfiah.said@gmail.com](mailto:alfiah.said@gmail.com)

**Anggun Nitasari<sup>2</sup>**

Prodi Manajemen STIE Kertanegara Malang  
[anggun.nitasari287@gmail.com](mailto:anggun.nitasari287@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*PT MAP Mitra Adiperkasa Tbk is a retailer in Indonesia which is engaged in leading retailers covering sports, fashion, convenience stores, children, food and beverages and lifestyle products. PT Mitra Adiperkasa has more than 2000 retail outlets, one of which is Sport Station. To be more precise, this research is devoted to Lippo Plaza Batu Sport Station which has been running for about 9 years. This study aims to test and provide empirical evidence about the analysis the effect of price and quality service on customer satisfaction at Lippo Plaza Batu Sport Station. The research instrument used was a questionnaire distributed to 60 customers within 2 months which was taken using accidental sampling technique. Furthermore, the collected data was analyzed using statistical analysis, namely descriptive statistical analysis. The results of this study note that the Price variable has a positive effect on Customer Satisfaction, the Quality service variable has a positive effect on Customer Satisfaction and simultaneously the Price and Service Quality variable influences the Customer Satisfaction of PT MAP Mitra Adiperkasa Tbk.*

**Keywords:** Price, Service Quality, Customer Satisfaction, Sport Station

### **ABSTRAK**

PT MAP Mitra Adiperkasa Tbk sebuah peritel di Indonesia yang bergerak dalam peritel terkemuka yang mencakup olahraga, mode, toserba, anak-anak, makanan dan minuman serta produk-produk gaya hidup. PT Mitra Adiperkasa memiliki lebih dari 2000 gerai ritel yaitu salah satunya Sport Station. Lebih tepatnya penelitian ini dikhususkan untuk Sport Station Lippo Plaza Batu yang telah berjalan kurang lebih 9 tahun.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memberikan bukti empiris mengenai analisis harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sport Station Batu. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, sedangkan sampel sebesar 60 orang sedangkan uji sampling menggunakan teknik accidental sampling. Kemudian data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan analisis data statistik yaitu analisa kuantitatif diskriptif.

Dari hasil penelitian ini diketahui variabel Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan dan secara simultan variabel Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen di Sport Station Batu

**Kata kunci:** kepuasan konsumen, harga, kualitas pelayanan

## I. PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya sistem teknologi dan informasi serta komunikasi, membuat semakin terbukanya kompetisi yang berat, dengan demikian setiap perusahaan akan bekerja keras untuk usahanya dalam memuaskan pelanggan sehingga perusahaan tersebut mendapatkan pelanggan yang loyal. Lebih disebabkan karena pelanggan yang semakin cerdas, sadar harga, dan banyak menuntut, informasi yang banyak didapat diakses pelanggan dan juga banyak informasi produk lain yang dapat diakses pelanggan sehingga membuat pelanggan semakin menyukai pilihan produk via internet. Kondisi tersebut menyebabkan pelanggan memiliki pilihan yang lebih banyak dalam menggunakan uang yang dimilikinya.

Perkembangan teknologi, berkembangnya dunia pendidikan, serta penghasilan masyarakat menjadikan masyarakat menuntut untuk diberikan pelayanan yang baik sehingga pelanggan merasa senang. Kotler (2007: 25) mengartikan tingkat kepuasan sebagai fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan berbeda oleh pelanggannya dengan harapan.

Walton (2004:17) harga dan kualitas memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini merupakan salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh perusahaan, sehingga konsumen akan berpikir lagi untuk menggunakan produk tersebut dan akan merasa tidak puas setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan konsumen (Walker, 2001:35). Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih baik menurut (Ayse, 2007:53). Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen ikut berpengaruh.

Secara tidak langsung kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang erat kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. pengaruh jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen. alhasil, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

PT Mitra Adiperkasa Tbk sebuah peritel di Indonesia yang bergerak dalam peritel terkemuka yang mencakup olahraga, mode, toserba, anak – anak, makanan dan minuman serta produk – produk gaya hidup. PT Mitra Adiperkasa memiliki lebih dari 2000 gerai ritel yaitu salah satunya Sport Station. Sport Station menawarkan berbagai kebutuhan olahraga, selain olahraga Sport Station juga menawarkan beberapa produk untuk dipakai sehari – hari. Lebih tepatnya Sport Station Lippo Plaza Batu yang berada di Mall Lippo Plaza Batu Jalan Diponegoro no 1 Kota Batu ini telah berjalan kurang lebih 9 tahun. Adanya Sport Station ini, mempermudah konsumen khususnya warga Kota Batu untuk

mencari kebutuhan olahraga maupun untuk sehari – hari. Sport Station memiliki beberapa brand yang terkenal. Adapun kualitas pelayanan dan harga adalah harapan semua konsumen, faktor – faktor tersebut berjalan dengan baik maka harapan dan kepuasan konsumen terjaga.

Dari hasil latar belakang diatas, penulis mengambil judul **“Pengaruh Harga , Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Sport Station Kota Batu”**.

**II. METODE PENELITIAN**

data yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuisisioner , instrumen penelitian menggunakan skala likert dari 1-5 .

Sesuai dengan tujuan penelitian dan sifat masalah yang akan diteliti, maka peneliti menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif .Penelitian deskriptif mengandung dua variabel, menggambarkan hubungan sebab akibat, yang dapat memprediksi hasil yang akan terjadi, berkaitan logis dengan pertanyaan peneliti dan dapat dibuktikan keberlakuan/ketidakterlakuannya. (Priyono: 2016)

Sedangkan untuk menganalisa harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen maka penelitian ini menggunakan regresi linier berganda untuk analisa data, dengan teknik tersebut maka dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara signifikan antara variabel independen (X) yaitu harga (X1), kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) diuji menggunakan uji parsial atau uji T.

Untuk lebih jelas tentang variabel, indikator dan item-item penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 1. Variabel dan Indikator Variabel**

Variabel	Indikator	Jumlah Pertanyaan
Harga (X <sub>1</sub> )	1. Daya beli 2. Gaya hidup 3. Manfaat produk 4. Harga produk lain	1 2 3 4
Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )	1. Bukti fisik ( <i>tangible</i> ) 2. Keandalan ( <i>reliability</i> ) 3. Daya tanggap ( <i>responsiveness</i> ) 4. Jaminan dan kepastian ( <i>assurance</i> ) 5. <i>Empathy</i>	1 2 3 4 5
Kepuasan Pelanggan (Y)	1. Rekomendasi 2. Minat berkunjung kembali 3. Mengatakan hal baik setelah berkunjung	1 2 3

Sumber : data diolah, 2020

Populasi penelitian ini adalah pelanggan di Sports Station Batu selama periode 2 bulan. Dalam penarikan jumlah ukuran sampel, apabila populasinya tidak diketahui secara pasti jumlahnya (accidental sampling) maka digunakan teknik atau rumus sesuai dengan teori Malhotra (2006:291) paling sedikit harus empat atau lima kali dari jumlah item pertanyaan. Sehingga dalam penelitian ini menggunakan 60 sampel yang diperoleh dari 5 x 12 (jumlah item pertanyaan).

**III. HASIL PENELITIAN**

**A. Hasil Uji Validitas**

Hasil Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2016:52). Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016:52). Item kuesioner dinyatakan valid apabila nilai r hitung (pada tabel corrected item – k = 60 – 2 = 0.2542) dengan signifikan 5% atau 0,0005.

Berikutnya bisa dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas**

Butir Pernyataan	r hitung (corrected item – total rerelation)	r tabel	Keterangan
1	0.659	0.2542	Valid
2	0.717	0.2542	Valid
3	0.567	0.2542	Valid
4	0.776	0.2542	Valid
5	0.798	0.2542	Valid
6	0.720	0.2542	Valid
7	0.663	0.2542	Valid
8	0.800	0.2542	Valid
9	0.748	0.2542	Valid
10	0.731	0.2542	Valid
11	0.725	0.2542	Valid
12	0.761	0.2542	Valid

Sumber : data diolah menggunakan SPSS, 2020

Tabel 2 menunjukkan bahwa hasil uji validasi dapat diketahui bahwa r hitung > r tabel. maka dapat disimpulkan bahwa 12 butir pernyataan pada kuesioner yang digunakan peneliti dinyatakan valid.

**B. Hasil Uji Reliabilitas**

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Cronbach’s Alpha. Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel 4.9 sebagai berikut:

**Tabel 3. Hasil Pengujian Reliabilitas**

Variabel-variabel	Nilai Alpha	Keterangan
Harga(X1)	0.613	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0.801	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0.649	Reliabel

Sumber : data diolah menggunakan SPSS, 2020

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas diketahui nilai alpha untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan pengukuran yang digunakan reliabel.

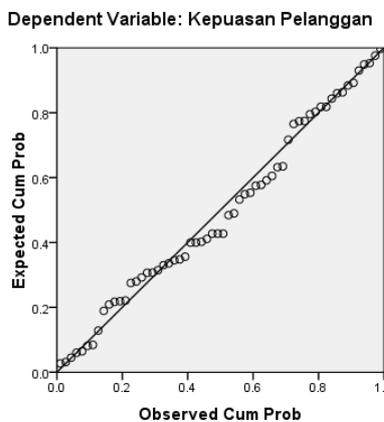
**C. Hasil Uji Normalitas**

Hasil uji normalitas adalah untuk menentukan apakah variabel berdistribusi normal atau tidak.

1. Analisis Grafik

Analisis grafik yang digunakan untuk menguji normalitas adada dalam penelitian ini menggunakan analisa grafik .Sehingga Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi sudah memenuhi asumsi normalitas. Adapun hasil Analisa grafik pada uji normalitas dapat dilihat pada gambar 4.3.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



**Gambar 1. Scatterplot Uji Normalitas**

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2020

Gambar diatas menunjukkan bahwa data pada variabel yang digunakan pada penelitian dinyatakan berdistribusi normal.

2. Analisis Statistik

Menurut Ghozali (2011) uji statistik digunakan untuk lebih meyakinkan bahwa data yang digunakan terdistribusi dengan normal. Analisis statistik menggunakan uji

statistik non parametrik Kolmogorov Smirnov (K-S). Normal atau tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat Asymp. Sig (2-tailed). Jika Asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari 5% atau 0,005 maka menunjukkan data berdistribusi normal, berikut hasil analisis statistik dapat dilihat pada tabel 4.13.

**Tabel 4. Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov One**

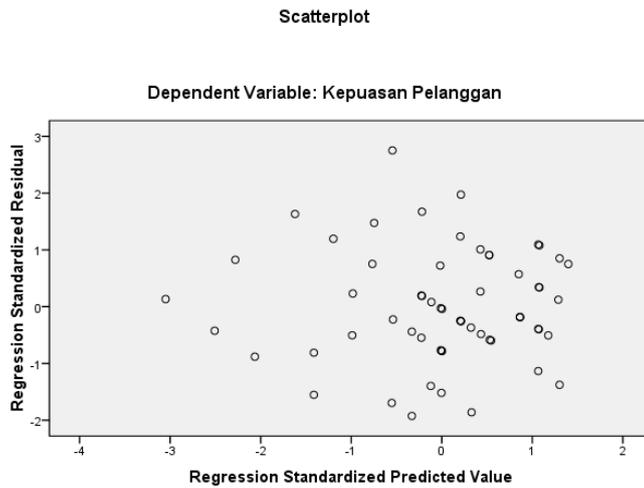
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.32360453
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.091
	Negative	-.055
Kolmogorov-Smirnov Z		.703
Asymp. Sig. (2-tailed)		.706
a. Test distribution is Normal.		

**Sumber** : Data diolah dengan SPSS, 2020

Sebanyak 60 sampel penelitian, pada tabel 4 terlihat bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) adalah 0,0706 yang berarti nilainya lebih dari signifikan 0,05 (5%). Dengan kata lain data variabel pada penelitian ini berdistribusi normal.

**D. Hasil Uji Heterokedastistas**

Hasil uji heteroskedastisitas ini untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan kepengamatan lainnya. Pendeteksian ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat dengan variabel bebas. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastis dalam data. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar.



**Gambar 2. Scatterplot Uji Heteroskedastisitas**

Sumber : Data perolehan SPSS, 2020, diolah

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 dan sumbu Y, serta tidak membentuk pola yang jelas. Oleh karena itu, tidak terjadi heteroskedastisitas.

**E. Hasil Uji Multikolonieritas**

Hasil uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji penyimpangan model klasik dalam model regresi yang dihasilkan. Uji ini ditujukan untuk menguji apakah dalam model regresi adanya korelasi antara variable bebas. Untuk mendiktesi ada tidaknya multikolinieritas dengan melihat Variance Inflance Factor (VIF). Jika VIF lebih dari 10 maka terjadi multi kolinieritas. Dan sebaliknya. Jika nilai tolerance nya kurang dari 0,10 maka hal ini menunjukkan terjadinya multi kolonieritas.

**Tabel 5. Hasil Uji Multikolonieritas**

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
.776	1.288
.776	1.288

Sumber : Data perolehan SPSS, 2020, diolah

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa nilai tolerance pada semua variabel independen lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF pada semua variabel independen lebih kecil 10, maka hal ini menjelaskan bahwa tidak terjadi multikolonierasi dalam model regresi.

**F. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Sports Station Batu.

Persamaan regresi linear yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

Berikut hasil analisis regresi linear berganda yang dapat dilihat pada tabel 4.14 :

**Tabel 6. Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.913	1.101		3.554	.001
Harga	.154	.073	.220	2.116	.039
Kualitas Pelayanan	.298	.052	.593	5.716	.000

Sumber : Data perolehan SPSS, 2020, diolah

Persamaan regresi linear berganda yang berbentuk berdasarkan tabel 6 adalah :

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

$$Y = 3,913 + 0,154X_1 + 0,298X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) Nilai a = 3,913 menunjukkan nilai konstanta, variabel harga dan kualitas pelayanan = 0 maka kepuasan konsumen adalah sebesar 3,913.
- b) Nilai koefisien harga sebesar 0,154, maka variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. kesimpulannya, jika terjadi peningkatan kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar nilai peningkatan harga dikalikan 0,154.
- c) Nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,298, maka variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. kesimpulannya, jika terjadi peningkatan harga maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar nilai peningkatan kualitas pelayanan dikalikan 0,298.

**1) Uji F**

**Tabel 7. Hasil Uji F**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	113.486	2	56.743	31.291	.000 <sup>a</sup>
	Residual	103.364	57	1.813		
	Total	216.850	59			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

**Sumber** :Data perolehan SPSS, 2020, diolah

Pada tabel 4.17 dapat dilihat bahwa nilai Fhitung pada kolom F sebesar 31,291 lebih besar dari Ftabel yakni 4,01 pada tingkat signifikan 5%. Berdasarkan kriteria pengujian hipotesis jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka dapat diartikan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**2) Hasil uji Signifikansi Parsial (Uji t)**

Hasil Uji t ini untuk mengetahui apakah secara individu (parsial) variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara signifikan . Pengujian menggunakan signifikan 5% dan membandingkan nilai thitung dengan ttabel ( $df = 60 - 2 = 2,00172$ ). Hasil thitung dapat diketahui pada tabel 4.16 berikut:

**Tabel 8. Hasil Uji t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.913	1.101		3.554	.001
Harga	.154	.073	.220	2.116	.039
Kualitas Pelayanan	.298	.052	.593	5.716	.000

**Sumber** : Data perolehan SPSS, 2020, diolah

Berdasarkan tabel 8 hasil uji signifikan secara parsial dapat ditarik kesimpulan, bahwa :

- a) Variabel harga mempunyai nilai thitung sebesar 2,116 > ttabel 2,00172, maka dapat dinyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh secara individu terhadap kepuasan konsumen . Nilai signifikan variabel harga 0,039 < 0,05 maka dapat dinyatakan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

- b) Variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai thitung sebesar 5,716 > ttabel 2,00172, maka dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Nilai signifikan variabel kualitas pelayanan 0,000 < 0,05 maka dapat dinyatakan variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**3) Hasil uji Koefisien Determinasi (R2)**

Uji koefisien determinasi ( R2 ) bertujuan Untuk melihat besarnya pengaruh variabel bebas ( X ) terhadap variabel terikat ( Y ) secara keseluruhan dapat dilihat pada table 4.15 model summary berikut ini:

**Tabel 9. Hasil uji Koefisien Determinasi (R2)**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 <sup>a</sup>	.523	.507	1.347

Sumber : Data perolehan SPSS, 2020, diolah

Pada tabel 4.15 di atas diperoleh nilai R2 = 0,507 = 50,7% ini berarti variabel bebas yang terdiri dari harga, kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen kepuasan konsumen sebesar 50,7% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian diatas.

**IV. PEMBAHASAN**

**A. Hasil Pengaruh Harga terhadap Kepuasan konsumen pada toko *Sport Station* Batu**

Dari hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel harga sebesar 0,514 dengan arah positif dan hasil pengujian hipotesis telah membuktikan adanya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen . Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,039 dan lebih kecil dari 0,05 dan thitung (2,116) > ttabel (2,00172) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen . Dari Hasil ini ada hubungan dengan penelitian sebelumnya oleh Ari Susanto Wibowo (2013) yang menyatakan hubungan antara harga terhadap kepuasan konsumen.

**B. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada *Sport Station* Batu**

Dari hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel kualitas layanan sebesar 0.298 dengan arah positif dan hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan thitung (5,716) > ttabel (2,00172) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Artinya bahwa kualitas pelayanan Sports Station yang baik menentukan suatu kepuasan terhadap pelanggan. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Anggriana dkk (2017) yang menyatakan adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yakni kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**C. Faktor yang lebih dominan terhadap kepuasan pelanggan *Sports Station* Batu**

Dari hasil regresi linier berganda diketahui nilai koefisien variabel harga sebesar 0,154 dan nilai koefisien variabel kualitas pelayanan 0,298 yang berarti kualitas pelayanan yang berpengaruh positif dan dominan terhadap kepuasan konsumen pada Sport Station.

**D. Uji F Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di *Sports Station***

Dari Hasil uji F menunjukkan nilai Fhitung adalah 31,291, dengan  $df_1 = 1$  dan  $df_2 = 58$  maka nilai Ftabel adalah 4,01. Nilai Fhitung  $\geq$  Ftabel berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima maka variabel harga dan kualitas pelayanan secara bersama – sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Sport Station.

**V. SIMPULAN**

Dari hasil penelitian yang ada dapat disimpulkan :

1. Dari uji T didapati variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Sports Station .
2. Dari uji T didapati variabel harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Sports Station.
3. Dari hasil uji simultan (uji F) diketahui harga dan kualitas pelayanan secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Dari hasil yang diperoleh diketahui variabel kualitas pelayanan lebih dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, karena kualitas pelayanan berpengaruh positif .

**VI. SARAN**

1. Bagi Sports Station Batu
  - a. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang dapat diberikan dari penelitian ini sebagai berikut, hendaknya perusahaan dalam upaya menjaga kepuasan pelanggan lebih menitikberatkan pada harga, sehingga merasakan manfaat pelayanan . Kepuasan pelanggan juga terlihat

dari sisi harga, karena adanya harga yang relatif sesuai dengan kebutuhan pelanggan, peningkatan yang baik, dan harga yang terjangkau maka akan meningkatkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian kembali, sehingga akan menciptakan pelanggan yang baik terhadap konsumen. Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan maka perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas-kualitas pelayanan dan strategi harga yang lebih baik lagi.

- b. Kualitas layanan yang diberikan karyawan Sports Station sudah cukup baik sehingga dapat memuaskan pelanggan, sehingga diharapkan pada pihak Sport Station selalu meningkatkan kualitas pelayanan sehingga pengunjung merasa puas, dan nyaman saat berbelanja maupun berkunjung ditoko Sports Station .

## 2. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, hendaknya menambah variabel penelitian untuk menyempurnakan penelitian selanjutnya. Sedangkan variabel dalam penelitian ini mengenai harga, kualitas layanan dimana kedua variabel independen tersebut hanya memberikan pengaruh sebesar 50,7% artinya masih terdapat variabel lain yang ikut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Variabel yang perlu ditambah oleh peneliti berikutnya seperti nilai pelanggan dan kepercayaan. Sehingga akan lebih memperluas dan memperkaya hasil penelitian di penelitian berikutnya

**Daftar Pustaka**

- Adytomo, Yudith, 2006, "Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Grasia Semarang", *Thesis* Tidak Dipublikasikan, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Aryotedjo, 2005, "Pengaruh Kualitas Jasa, Kepuasan dan Komitmen Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Bisnis Retail", *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 5, No. 2: 223-232.
- Chandra, Filicia dan Theresia Widayatna Danny, 2001, "Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Tingkat Penjualan di Warung Bu Kris", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 3, Vol. 2: 85-95.
- I Made Bayu Dirgantara, 2006, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Tingkat Kepuasan Konsumen Produk Jasa", *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol. 15, No. 2.
- Fariza, Diana, 2008, "Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan GSM Indosat di Kota Semarang", *Skripsi* Tidak Dipublikasikan, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Augusty Ferdinand, 2006, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, UNDIP, Semarang.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 1999, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: BPFE.
- Kotler dan Armstrong, 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, 1996, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad, 2001, *Metode Kuantitatif*, Yogyakarta: AMP YKPN.
- Margaretha, Moureen, 2004, "Loyalitas Pelanggan Pada Divisi Asuransi AJB Bumi Putera 1912", *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Desember, Vol. III, No. 2: 289-308.
- Marzuki, 2005, *Metodologi Riset*, Yogyakarta
- Nugroho, Marno dan Ratih Paramita, 2009, "Pengaruh , Keanekaragaman Barang Terhadap Keputusan Berbelanja dan Loyalitas Konsumen di Carrefour Semarang", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Januari*, Vol. 10, No. 1
- Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Suprpto, Johanes, 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Rineka Cipta.
- <http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN>

E-ISSN (Online) : 2621 – 3230

Tjiptono, Fandy, 1999, Strategi Pemasaran, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 2004, Pemasaran Jasa, Malang: Bayumedia.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2005, Service, Quality and Satisfaction, Yogyakarta:  
ANDI.

Widiyanto, Ibnu, 2008, Pointers: Metodologi Penelitian, Semarang: Badan Penerbit Universitas  
Diponegoro.