PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENYEWAAN ALAT BERAT DI CV. BUNTARA SADAWIRA AMERTA

(THE EFFECT OF PRICE AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN HEAVY EQUIPMENT RENTAL AT CV. BUNTARA SADAWIRA AMERTA)

SKRIPSI

Oleh :

VALENTINO
2161201007

MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LANCANG KUNING
PEKANBARU

2025

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA	: VALENTINO
NIM	: 2161201007
FAKULTAS	: EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN	: MANAJEMEN
JUDUL	: PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENYEWAAN ALAT BERAT DI CV. BUNTARA SADAWIRA AMERTA

DISETUJUI :

PEMBIMBING I

Prof. Dr. H. ARIZAL, N, SE, MM
NIDN : 1023046301

PEMBIMBING II

Dr. HARDI, SE, MM
NIDN : 1015058102

KETUA JURUSAN

Dr. DESI ENANG, S.E., S.H., M.M., M.H., Ak., CA., ACPA
NIDN : 1006067101

Dr. BENNY HANDI, S.E, M.Si
NIDN : 1021088602

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA	: VALENTINO
NIM	: 2161201007
FAKULTAS	: EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN	: MANAJEMEN
JUDUL	: PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENYEWAAN ALAT BERAT DI CV. BUNTARA SADAWIRA AMERTA

KETUA

Dr. AZNURIYANDI, S.E, M.Si
NIDN : 1021088602

SEKRETARIS

Dr. IDEL WALDELMI, SE.I, M.Si
NIDN : 1008078602

ANGGOTA

PEMBIMBING I

Prof. Dr. H. ARIZAL N, SE, MM
NIDN : 1023046301

PEMBIMBING II

Dr. HARDI, SE, MM
NIDN : 1015058102

PENGUJI I

Dr. NOFRIZAL, SE, MM
NIDN : 1002118703

PENGUJI II

Dr. AZNURIYANDI, S.E, M.Si
NIDN : 1021088602

ABSTRAK

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENYEWAAN ALAT BERAT DI CV. BUNTARA SADAWIRA AMERTA

OLEH :

VALENTINO
2161201007

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk melihat pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan CV. Buntara Sadawira Amerta. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan CV. Buntara Sadawira Amerta berjumlah 61 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *sensus samplig.* Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan kuantitatif. Metode analisis yang digunakan adalah persamaan regresi linear berganda dengan bantuan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS Versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV. Buntara Sadawira Amerta, kemudian hal ini terlihat dari nilai keofisien determinasi (R^2) sebesar 0,549 menunjukkan bahwa 54,9% kepuasan pelanggan CV. Buntara Sadawira Amerta disebabkan oleh harga dan kualitas pelayanan. Variabel kualitas pelayanan menjadi faktor yang paling kuat mempengaruhi kepuasan.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRICE AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN HEAVY EQUIPMENT RENTAL AT CV. BUNTARA SADAWIRA AMERTA

By :

VALENTINO
2161201007

This research was conducted with the aim of seeing the influence of price and service quality on CV customer satisfaction. Buntara Sadawira Amerta. The sample in this research is CV customers. Buntara Sadawira Amerta numbered 61 people. The sampling technique used was sensus sampling type. The data analysis used in this research is descriptive and quantitative analysis. The analytical method used is a multiple linear regression equation with the help of data processing using the SPSS Version 27 application. The research results show that price and service quality partially and simultaneously have a positive and significant effect on CV customer satisfaction. Buntara Sadawira Amerta, then this can be seen from the coefficient of determination (R2) value of 0.549 indicating that 54.9% of CV customer satisfaction. Buntara Sadawira Amerta due to price and quality of service. The service quality variable is the factor that most strongly influences satisfaction.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction.

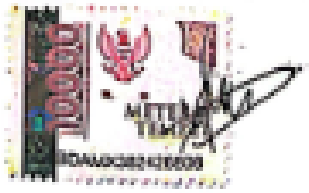
PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis dalam bentuk skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Lancang Kuning maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis ini, serta lainnya sesuai norma yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru, 25 Juni 2025
Yang Membuat Pernyataan,



VALENTINO

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia nya yang telah memberikan kesehatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Penyewaan Alat Berat Di Cv. Buntara Sadawira Amerta"**. Skripsi ini disusun guna untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis banyak menerima bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesimpulan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Dini Onasis, SE, SH, MM, MH, Ak, CA, ACPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.
2. Bapak Dr. Aznuriyandi, SE, M.Si. Selaku Ketua Juruan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.
3. Bapak Prof. Dr. H. Arizal.N, SE, MM. Selaku pembimbing I saya yang telah banyak membantu dalam proses penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Hardi, SE, MM Selaku pembimbing II saya yang telah banyak membantu proses penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning yang telah membantu proses selama perkuliahan.
6. Kepada ayah saya yang bernama Zulfahmi dan kepada ibu saya Susi eka yanti yang selalu saya banggakan, terima kasih atas dukungan beserta doa-

doa yang tidak pernah putus dalam setiap proses yang saya lewati, serta dukungan untuk tidak menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan abang saya yang tidak kalah penting nya memberikan dukungan dan semangat.

7. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, seseorang yang bernama Syahda yadini salsabila. Terima kasih telah menjadi bagian dalam proses perjalanan penulis menyusun skripsi. Berkontribusi baik tenaga, waktu, mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah penulis dan memberi semangat untuk tidak pantang menyerah
8. Untuk teman-teman seperjuangan saya, yang telah membantu dan memberikan dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna, baik dari segi materi maupun penyajiannya. Untuk itu saran dan masukan yang membangun sangat diharapkan untuk menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca dan penulis.

DAFTAR ISI

ABSTRAK i
PERNYATAAN iii
KATA PENGANTAR iv
DAFTAR ISI vi
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR GAMBAR xi
BAB I PENDAHULUAN 12
1.1. LATAR BELAKANG PENELITIAN 12
1.2. RUMUSAN MASALAH 18
1.3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN 19
1.3.1. Tujuan Penelitian 19
1.3.2. Manfaat Penelitian 19
1.4. SISTEMATIKA PENULISAN 20
BAB II TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS 22
2.1. TELAAH PUSTAKA 22
2.1.1. Pengertian Manajemen 22
2.1.2. Pengertian Pemasaran 24
2.1.3. Pengertian Bauran Pemasaran 27
2.1.4. Pengertian Harga 28
2.1.5. Pengertian Kualitas Pelayanan 32
2.1.6. Pengertian Kepuasan Pelanggan 36
2.1.7. Penelitian Terdahulu 41
2.2. KERANGKA PEMIKIRAN 44
2.3. HIPOTESIS 47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 48
3.1. OBJEK PENELITIAN 48
3.2. POPULASI DAN SAMPEL 48
3.2.1. Populasi 48
3.2.2. Sampel 49
3.3. TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL 49
3.4. JENIS DAN SUMBER DATA 49

3.4.1. Jenis Data 49
3.4.2. Sumber Data 50
3.5. TEKNIK PENGUMPULAN DATA 50
3.6. IDENTIFIKASI DAN OPERASIONAL VARIABEL 51
3.7. TEKNIK ANALISIS DATA 54
3.7.1. Uji Instrumen Data 56
3.7.2. Uji Asumsi Klasik 56
3.7.3. Uji Hipotesis 58
3.7.4. Uji Regresi Linear Berganda 59
3.7.5. Koefisien Determinasi (R^2) 59
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN 60
4.1. SEJARAH CV. BUNTARA SADAWIRA AMERTA 60
4.2. STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN 63
4.3. AKTIVITAS PERUSAHAAN 66
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 69
5.1. HASIL PENELITIAN 69
5.1.1. Karakteristik Responden 69
5.1.2. Analisis Deskrptif Variabel Penelitian 73
5.1.3. Uji Instrumen Penelitian 92
5.1.4. Uji Asumsi Klasik 93
5.1.5. Analisis Regresi Linear Berganda 96
5.1.6. Uji Hipotesis 97
5.1.7. Koefisien Determinasi (R2) 100
5.2. PEMBAHASAN 101
5.2.1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan 101
5.2.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan 101
5.2.3. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan 102
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN 103
6.1. KESIMPULAN 103
6.2. SARAN 103
DAFTAR PUSTAKA 105

LAMPIRAN 110

DAFTAR TABEL

Tabel **Halaman**

1. 1 Harga Penyewaan Alat Berat Di CV. Buntara Sadawira Amerta Pekanbaru.. 14

1. 2 Target dan Realisasi Penyewaan Alat Berat Di CV. Buntara Sadawira Amerta tahun 2020 – 2024..... 15

1. 3 Data Pelanggan di CV. Buntara Sadawira Amerta..... 16

2. 1 Penelitian Terdahulu..... 42

3. 1 Identifikasi dan Operasional Variabel..... 53

3. 2 Skala Likert..... 55

3. 3 Skala Interval..... 55

5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 69

5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 70

5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan..... 71

5. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Melakukan Sewa Alat Berat 72

5. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Yang di Sewa..... 72

5. 6 Tanggapan Responden Terhadap Keterjangkauan Harga..... 74

5. 7 Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Harga Dengan Kualitas..... 75

5. 8 Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Harga Dengan Manfaat..... 76

5. 9 Tanggapan Responden Terhadap Daya Saing Harga..... 77

5. 10 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Harga..... 78

5. 11 Tanggapan Responden Terhadap Tangibily..... 80

5. 12 Tanggapan Responden Terhadap Reliability..... 80

5. 13 Tanggapan Responden Terhadap Responsiveness 81

5. 14 Tanggapan Responden Terhadap Empathy..... 82

5. 15 Tanggapan Responden Terhadap Assurance..... 83

5. 16 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kualitas Pelayanan 84

5. 17 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk..... 86

5. 18 Tanggapan Responden Terhadap Telepon Lokasi..... 87

5. 19 Tanggapan Responden Terhadap Fasilitas..... 88

5. 20 Tanggapan Responden Terhadap Promosi..... 89

5. 21 Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek..... 90

5. 22 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kepuasan Pelanggan..... 91

5. 23 Uji Validitas 92

5. 24 Uji Reliabilitas 93

5. 25 Uji Normalitas..... 94

5. 26 Uji Multikolinearitas 95

5. 27 Analisis Regresi Linear Berganda..... 97

5. 28 Hasil Uji T 98

5. 29 Hasil Uji F..... 99

5. 30 Koefisien Determinasi..... 100

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Halaman**

2. 1 Paradigma Penelitian..... 47

4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan 64

5. 1 Uji Heteroskedastisitas 96

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG PENELITIAN

Perkembangan bisnis dan persaingan antar perusahaan pada masa sekarang ini semakin ketat. Hal tersebut akan berdampak pada pelanggan, persaingan usaha dan perubahan. Dalam kondisi persaingan usaha dibidang jasa akan menyebabkan suatu ketidakpastian dalam lingkungan bisnis yang akan menimbulkan kesulitan dalam proses perencanaan dan pengendalian manajemen perusahaan. Semua ini menuntut manajemen perusahaan untuk merencanakan masa depan perusahaan dengan sungguh-sungguh, sehingga perusahaan dapat bertahan dan bersaing dalam kompetisi yang kuat. Kemajuan dari perusahaan sangat bergantung pada pengelolaan manajer yang ada dalam perusahaan, agar manajer dapat menjalankan fungsinya sesuai dengan tujuan dan sasaran yang hendak dicapai dan kemudian membuat rencana kegiatan untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut.

Di tengah ketatnya kondisi persaingan bisnis jasa konstruksi ini, para pelaku bisnis jasa konstruksi di Indonesia harus berupaya keras untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaannya. Terjaganya eksistensi suatu perusahaan diantaranya tergantung pada kemampuan perusahaan tersebut untuk melihat peluang-peluang pasar yang ada terutama dari segi harga dan kualitas pelayanan. Dengan memperhatikan kualitas pelayanan dan harga sesuai dengan kebutuhan pelanggan hal ini dapat memberikan kesan kepuasan terhadap konsumen.

CV. Buntara Sadawira amerta Pekanbaru salah perusahaan yang bergerak di bagian jasa penyewaan alat berat kontruksi di kota pekanbaru yang terletak di Jl.

Suka Maju. Muara Fajar, Rumbai. Perusahaan ini sudah berjalan lebih dari lima tahun, mereka menyediakan jasa penyewaan dengan sistem hitungan jam/hari. Unit yang mereka miliki tidak berfokus satu merek melainkan lima merek antara lain Hitachi, Komatsu, Catterpilar, Doosan dan Cabelo. Dalam marketing mereka selalu memperhatikan kestabilan harga dan kualitas pelayanan yang nantinya akan memberikan kepuasan antar calon konsumen ataupun pelanggan dengan perusahaan. Berdasarkan hasil observasi dan penyebaran kuesioner kepada responden, kualitas pelayanan di CV. Buntara Sadawira Amerta dapat dikatakan baik dikarenakan perusahaan memiliki fasilitas yang memadai seperti adanya ruang tunggu yang nyaman dan bangunan yang masih terawatt, kemudian Perusahaan mampu memberikan alat sesuai dengan jenis, waktu, dan kondisi yang dijanjikan. Beberapa pelanggan menyatakan bahwa pengiriman alat biasanya dilakukan tepat waktu dan alat dalam kondisi layak operasional dan Pelanggan merasa yakin terhadap kompetensi dan keramahan staf, baik dalam menjelaskan prosedur sewa maupun menjamin kualitas alat. Sikap sopan dan profesional staf menciptakan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Tristiana & Mashariono (2020: 4) menyatakan kepuasan merupakan upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Kepuasan pelanggan sebagai suatu pembelian tergantung pada kinerja produk aktual, sehingga sesuai dengan harapan pembeli. Selain kepuasan pelanggan, hal yang sangat penting dalam pemasaran adalah harga. Menurut Sugiyono (2019: 4) mengungkapkan bahwa harga merupakan jumlah uang yang ditukarkan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa, dan merupakan indikator utama dalam menentukan apakah pelanggan

akan menggunakan layanan penyewaan atau tidak. Dengan harga yang kompetitif, pelanggan merasa mendapat nilai yang sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan.

Tabel 1.1 menjelaskan bahwa CV. Buntara Sadawira Amerta Pekanbaru memberikan variasi harga alat berat yang mereka sewakan dengan hitungan perjam/perhari, untuk harga terendah hanya dari Rp.150.000 – 3.000.000 untuk harga tertinggi. hal ini tentu sangat membantu para konsumen ataupun pelanggan untuk memilih alat yang akan mereka sewa sesuai budget yang mereka punya dengan varian merek bagus.

Tabel 1. 1
Harga Penyewaan Alat Berat Di CV. Buntara Sadawira Amerta Pekanbaru

No	Merek	Harga Sewa Terendah/ Jam	Harga Sewa Tertinggi/ Jam	Harga Sewa Terendah/ hari	Harga Sewa Tertinngi/ hari
1	Hitachi	Rp. 187.500	Rp. 312.500	Rp.1.500.000	Rp.2.500.000
2	Komatsu	Rp. 225.000	Rp. 375.000	Rp.1.800.000	Rp.3.000.000
3	Catterpilar	Rp. 525.300	Rp. 473.500	Rp.2.000.000	Rp.3.500.000
4	Doosan	Rp. 150.000	Rp. 250.000	Rp.1.200.000	Rp.2.000.000
5	Cabelco	Rp. 375.000	Rp. 625.000	Rp.3.000.000	Rp.5.000.000

Sumber : CV. Buntara sadawira amerta pekanbaru, 2025

Selain faktor harga calon konsumen ataupun pelanggan akan merasakan dari segi kualitas pelayan yang diberikan oleh perusahaan kepada mereka, baik dari segi informasi ataupun segi eksekusi. Menurut Nunkoo *et*, *al (*2020) kualitas pelayanan adalah "kemampuan untuk memuaskan atas kebutuhan tersirat dari sekumpulan suatu produk atau layanan", sehingga dapat diartikan bahwa kualitas adalah tanggung jawab setiap orang tentang manfaat dan daya tarik yang bertujuan

untuk menunjang secara langsung maupun tidak langsung guna menciptakan rasa kepuasan dari produk atau jasa yang diterima. Kualitas layanan yang baik akan meningkatkan pengalaman pelanggan dan berpotensi menghasilkan loyalitas jangka panjang. Etta dan Sopiah (2014: 2) menyatakan bahwa merek atau brand dalam konteks layanan adalah kombinasi dari nama, istilah, simbol, atau desain yang membedakan suatu produk atau jasa dari pesaingnya.

Tabel 1. 2

Target dan Realisasi Penyewaan Alat Berat Di CV. Buntara Sadawira Amerta tahun 2020 – 2024

No	Tahun	Target (Unit)	Realiasai (Unit)	Persentase (%)	Keterangan
1	2020	25	8	32%	Tidak Tercapai
2	2021	25	10	40%	Tidak Tercapai
3	2022	25	28	112%	Tercapai
4	2023	35	35	100%	Tercapai
5	2024	35	38	108%	Tercapai

Sumber : CV. Buntara Sadawira Amerta Pekanbaru, 2025

Tabel 1.2 menjelaskan adanya peningkatan jumlah penyewaan alat berat selama lima tahun terakhir dari tahun 2020-2024. Yang dimana data di atas menunjukan pada tahun 2020 perusahaan memiliki target 25 unit namun yang tersewa hanya 8 unit saja pada masa itu dampak dari pandemi COVID-19 dengan, sehingga target perusahaan belum tercapai. Pada tahun 2021 unit yang tersewa hanya 10 unit yang tersewa dengan target perusahaan masi 25 unit, tentu saja target perusahaan belum tercapai. Namun pada tahun 2022 dengan target unit 25 dapat mencapai target penyewaan sebesar 28 unit. Untuk tahun 2023-2024 perusahaan

menambah kebijakan untuk jumlah unit menjadi 10 unit, dengan total keseluruhan unit 35 sebagai target yang harus dapat disewakan dan hasilnya tahun 2023 ada 35 unit yang berhasil disewakan dan tahun 2024 ada 38 unit yang disewakan.

Berdasarkan survei di lokasi yang peneliti lakukan melihat mengenai pelayan di CV. Buntara Sadawira Amerta Pekanbaru para staf melayani konsumen dengan mana mestinya menyambut konsumen untuk menawarkan jasa yang mereka sediakan, dengan fasilitas yang baik, serta memberikan informasi mengenai harga dan jenis alat yang mereka sediakan dan dari berbagai merek, sehingga konsumen dapat menentukan sesuai kebutuhan mereka.

Tabel 1. 3
Data Pelanggan di CV. Buntara Sadawira Amerta

Tahun	Target	Realisasi	Persentase Realisasi (%)
2020	56	4	7.14
2021	95	6	6.31
2022	150	10	6.66
2023	200	19	9.5
2024	250	61	15,2

Tabel 1.3 menunjukkan adanya peningkatan pengunjung dan pelanggan yang mengunjungi CV. Buntara Sadawira Amerta Pekanbaru dari tahun 2020-2024 dengan total keseluruhan sebanyak 100 pelanggan yang diantaranya ada perusahaan dan ada per orang yang melakukan penyewaan. Selama lima tahun terakhir pelanggan terbanyak itu ada pada tahun 2024 dengan jumlah 61 pelanggan sedangkan tahun 2020 hanya 4 pelanggan saja, pada masa itu disebabkan karena

pandemi COVID-19, namun tidak dipungkiri dengan kisaran jumlah konsumen yang berkunjung, hal ini tentu saja menjadi kesenjangan apakah dikarenakan faktor harga atau pelayan dari CV. Buntara Sadawira Amerta Pekanbaru atau faktor dari luar sehingga konsumen maupun pelanggan tidak jadi untuk melakukan penyewaan alat di CV. Buntara Sadawira Amerta Pekanbaru.

Berdasarkan data dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa masih terdapat fluktuasi dalam jumlah pelanggan setiap tahunnya. Hal ini menimbulkan dugaan bahwa penilaian pelanggan terhadap harga dan kualitas pelayanan belum sepenuhnya optimal**.** perusahaan telah menetapkan variasi tarif sewa berdasarkan jenis dan merek alat, baik dalam hitungan per jam maupun per hari. Namun demikian, persepsi pelanggan terhadap *keterjangkauan harga*, *kesesuaian harga dengan kualitas alat*, serta *daya saing harga* masih menjadi pertimbangan penting. Sebagian pelanggan merasa harga belum sesuai dengan manfaat yang diterima.

Sementara itu, dari aspek kualitas pelayanan, perusahaan telah berusaha memberikan pelayanan yang profesional, mulai dari informasi produk, proses pemesanan, pengiriman alat, hingga layanan purna sewa. Namun, hasil observasi menunjukkan bahwa tidak semua pelanggan merasakan kualitas pelayanan yang konsisten. Misalnya seperti kurangnya perusahaan dalam memberikan perhatian personal terhadap kebutuhan pelanggan, memberi saran dan fleksibel dalam durasi sewa.

Didukung oleh penelitian terdahulu Raihan, S (2022) mengungkapkan bahwa terapat kebermaknaan hubungan yang positif antara kualitas

pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Sementara temuan Ardipa *et. al*. (2025) mengungkapkan bahwa tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan menurut Yanto, dkk (2018) Hasil penelitian ini yaitu harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Rezeki Mandiri Sentosa.

Berdasarkan fenomena diatas penulis menjadi tertarik untuk meneliti, mengingat Penyewaan alat konstruksi masih belum banyak yang meneliti serta adanya perbedaan tanggapan mengenai pengaruh kualitas pelayanan berdasarkan penelitian terdahulu. Kajian ini akan memberikan pembelajaran bagi berbagai pihak untuk mengetahui alasan ataupun faktor mengapa penyewaan alat berat di CV. Buntara Sadawira Amerta semakin lama semakin bertambah unit dan penyewaanya. Maka dari latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik menulis penelitian dengan judul **Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Penyewaan Alat Berat Di CV. Buntara Sadawira Amerta.**

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka penulis menarik perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada penyewaan alat berat di CV. Buntara Sadawira Amerta?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada penyewaan alat berat di CV. Buntara Sadawira Amerta?
3. Apakah pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada penyewaan alat berat di CV. Buntara Sadawira Amerta

1.3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaan kegiatan penelitian ini adalah :

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada penyewaan alat berat di CV. Buntara Sadawira Amerta.
2. Menganalisis pengaruh kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada penyewaan alat berat di CV. Buntara Sadawira Amerta.
3. Menilai sejauh mana kedua faktor ini saling berinteraksi dan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada penyewaan alat berat di CV. Buntara Sadawira Amerta.

1.3.2. Manfaat Penelitian

1. Bagi pelanggan pada penyewaan alat berat di CV. Buntara Sadawira Amerta dan manajemen yang bersangkutan, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau masukan untuk kebijakan-kebijakan usaha dikedepan hari.
2. Bagi penelitian lain, penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu untuk melakukan penelitian dan penyusunan karya tulis ilmiah yang berkaitan dengan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan .
3. Sebagai bahan regenerasi bagi peneliti selanjutnya, terutama dalam bidang harga dan kualitas layanan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

1.4. SISTEMATIKA PENULISAN

Agar mempermudah pemahaman terhadap struktur proposal penelitian ini, penulis akan menyusunnya dalam beberapa bab. Setiap bab akan diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA,KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Bab ini akan menjelaskan teori-teori yang mendukung perumusan hipotesis, kemudian kerangka pemikiran akan menjelaskan secara singkat tentang permasalahan dalam penelitian ini, serta hipotesis berisikan pernyataan singkat tentang permasalahan yang telah dirumuskan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan objek penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menjelaskan tentang sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan aktivitas perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan memaparkan hasil dari penelitian harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang telah dilaksanakan serta pembahasan terkait variabel-variabel penelitian yang telah diuji.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan, yang bertujuan untuk merangkum hasil secara ringkas.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan penulis pada bab-bab sebelumnya mengenai harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, yang didasarkan dari hasil pembahasan dan pengujian dalam penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh secara parsial sebesar 2,497 dengan nilai signifikansi 0,015 terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis pertama (H1) pada penelitian ini diterima.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial sebesar 8,099 dengan nilai signifikansi 0,000 terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis pertama (H2) pada penelitian ini diterima.
3. Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan sebesar 35,342 dengan nilai signifikan 0,000 terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis pertama (H3) pada penelitian ini diterima.

6.2. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis dapat memberikan saran yang dianggap perlu. Adapun saran tersebut sebagai berikut :

1. Saran untuk perusahaan yang diteliti

   Perusahaan sebaiknya melakukan evaluasi harga secara berkala agar tetap kompetitif di pasar. Penyesuaian harga bisa dilakukan dengan

mempertimbangkan kondisi pasar, harga pesaing, serta menyesuaikan dengan kualitas dan kondisi unit alat berat yang disewakan. Perusahaan juga dapat mempertimbangkan penawaran khusus seperti diskon, paket sewa harian/borongan, atau sistem langganan bagi pelanggan tetap.

2. Saran untuk fakultas ekonomi

   Fakultas diharapkan terus mendorong mahasiswa untuk melakukan penelitian yang berbasis pada permasalahan nyata di lapangan, khususnya pada sektor-sektor strategis seperti jasa konstruksi, agar hasil penelitian dapat lebih aplikatif dan bermanfaat bagi dunia usaha..

3. Saran untuk peningkatan kepuasan pelanggan

   Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang juga dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kepercayaan pelanggan (trust), loyalitas pelanggan, atau pengalaman pelanggan (customer experience) agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers

Abubakar, R. (2019). Manajemen Pemasaran. Bandung: Alfabeta.

Amir, Y., & Lesmawati, D. R. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Strategi dan Praktik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Alimin Erina, D. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar Di Era Bisnis Modern)* (Vol. 3). Mataram: Seval Literindo Kreasi.

Alma (2018:205), Alma, Buchari. (2018). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta

Baroroh, B. A., & Sutanto, J. E. (2021). *The Effect of Service Quality, Price, and Brand Image on Purchasing Decisions of Moslem Wedding Equipment Service*.

Ghozali, I. (2019). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Griffin, R. W. (2024). *Management: Principles and Practices* (11th ed.). Boston: Cengage Learning

Hadiyati. 2019, *Pengantar Manajemen.* Pekanbaru: CV.Karya Nofa.

Heri, S. (2020). *Manajemen Pemasaran.* Tegal: Cv Perpustakaan Abadi.

Kasmir. 2019. Customer Service Excellent: Teori dan Praktik. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.

Kotler, P. (2016). *Kotler on Marketing: How to Create, Win, and Dominate Markets*. Free Press.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2020. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1.* Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). Marketing Management. 4th Edition

Kotler Philip dan Kevin L. Keller, 2019. Manajemen Pemasaran, Global Edition. Pea*rson Prentice Hall*.

Kotler, P dan Amstrong. 2020. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2019). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia* (Jilid 2). Mitra Wacana Media.

Mamduh, H. (2019). *Manajemen.* Banten: Universitas Terbuka Kementrian Pendidikan Dan Kebudayaan

Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran.* Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta

Mukarom. (2019). Manajemen Pelayanan Publik. Bandung: CV Pustaka Setia.

Montolalu, J. E. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Perspektif Lokal dan Global*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Nurmansyah (2020). *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia.* Pekanbaru: Unilak Press.

Nurmansyah. (2019). *Perilaku Organisasi Edisi Revisi & Pengembangan.*Pekanbaru: Unilak Press.

Nurmansyah (2020) *Metodologi Riset Manajemen Bisnis.* Pekanbaru: Unilak Press.

Pradipta, U. A. (2023). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar Dan Ruang Lingkup.* Indramayu: Cv Adanu Abimata.

Ratih Amelia. (2019). Dasar Pemasaran (ke-1). Yogyakarta: CV Budi Utama.

Riduwan. (2020). *Skala pengukuran variabel-variabel penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Riadi, A. (2016). *Metodologi penelitian: Panduan praktis untuk pemula*. Jakarta: Penerbit Andi.

Saepulloh, I., & Rauf, A. (2023). The Effect of Perceived Price and Service Quality on Customer Satisfaction.

Saleh Muhammad Yusuf, D. M. (2019). *Konsep Dan Strategi Pemasaran.* Makasar: Cv Sah Media Makasar.

Sudaryono, S. (2022). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Revisi). Yogyakarta: Andi Offset

Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2024. Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Penelitian Pemasaran. Bogor: Katalog Dalam Terbitan (KDT).

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, D, (2019), Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: CAPS

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2020). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Subroto, A. B. (2019). *Manajemen Pemasaran: Strategi, Taktik, dan Implementasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press

Setyabudi Ismanto, & Daryanto. 2024. Konsumen dan Pelayanan Prima. yogyakarta: Gava Media.

Swastha, B. D. H., & Irawan, (2020). *Manajemen Pemasaran Modern* (Edisi ke-2, Cetakan ke-13). Yogyakarta: Liberty

Tjiptono, F. (2008) Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Edited by Andi Ofset. Yogyakarta

Tjiptono, Fandy, (2019), Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan dan Penelitian, Yogyakarta: Andi

Tjiptono (2020), Pemasaran Strategik, Edisi Kedua, Yogyakarta: Andi

Umar, H. (2020). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis* (Edisi revisi). Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Wirapraja, A. (2021). Manajemen Pemasaran Perusahaan (R. Watrianthos, Ed.). Yayasan Kita Menulis

Jurnal

Abdul Gofur. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vol.4, No.1 Februari 2019: 37 - 44 P-ISSN 2527–7502 E-ISSN 2581-2165

AisNandi, G., Manajemen, J., Ekonomi dan Bisnis, F., & Dian Nuswantoro, U. (2024). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Semarang. Jurnal Maneksi, 13(2).

Alfian Dwi Lutfiyanto. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 4(8).

Ardipa, L., Sulistiawati, W. A., & Astuti, D. (2025). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan

Loyalitas Konsumen Tempe 5.17 Salatiga. *Journal of Business Economics and Management| E-ISSN: 3063-8968*, *1*(3), 178-185.

A. P. M. H., Irawan, Y., & Irawan, A. (2021). Tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan kefarmasian di Puskesmas Madurejo dan Puskesmas Mendawai, Kecamatan Arut Selatan, Kabupaten Kotawaringin Barat. *Jurnal Borneo Cendekia*, 5(1), 78–84

Frandi Yanto1, Dewi Intan Darianty. (2020) Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Rezeki Mandiri Sentosa Medan (Perusahaan Yang Bergerak Di Bidang Kontraktor Alat Berat) Medan. Universitas Prima Indonesia, Medan

Ginting, & Marlina. (2019). Analisis pengaruh citra merek, promosi, persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kualitas sistem, dan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna. Media Informatika, 18(1), 42- 61.

Imron, M. F., & Widaningsih, S. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Mobil Daihatsu New Ayla (Studi Kasus Terhadap Konsumen Di Kota Bandung Pada Tahun 2019) the Influence of Brand Image *and Price Against Daihatsu New Ayla Car Buying* (*Case Study of Consumers in* Bandung C. 6(1), 20–29.

Jeni Ayu Tria Praneta. (2023). Pengaruh Harga Sewa dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Apartemen PT Gunawangsa Merr. Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis, 3(4), 18-27

Johan Wijaya.(2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV.Karya Nusantara. Jurnal Administrasi Dan Manajemen E-ISSN 2623-1719

Lumintang Intan Sintya. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa Feb Unsrat Manado. Jurnal EMBA, 6(3), 1778 – 1787

Maulana, D. R., An, C., Abidin, Z., Marina, S., Adi, E. N., & Aulia, N. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Penumpang Maskapai Air Asia Pada Rute Penerbangan Cgk-Lop di Masa Pandemi. SKYHAWK: Jurnal Aviasi Indonesia, 3(1), 188-201

Mardiah. (2021). Uji Resistensi Staphylococcus aureus Terhadap Antibiotik, Amoxillin, Tetracyclin dan Propolis. Jurnal Ilmu Alam dan Lingkungan 8 (16) (2017)1 - 6.

Muh Rezky Pangeran Syafar Arsyad (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, 8(2), 183 - 197

Moh. Shofwan.(2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rental Mobil S.A.D Sejahtera Boulevard Kota Malang. 16(5), 64-71.

Najmi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Pada Jasa Kontraktor Akarsana. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, *5*(6), 483-492

Nurjaya. (2019). Pengaruh kualitas sistem informasi dan pelayanan terhadap manfaat bersih dengan menggunakan model DELONE dan MCLEAN (Studi kasus di Rumah . Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi

Purwani, A., & Wahdiniwaty, R. (2023). *Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kewajaran Harga Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

Raihan, S. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Peudada)* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).

R. M, Luthfi. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Ilmiah dan Karya Mahasiswa, 2(4), 259–269

Setiawan, O., & Effendi, S. (2016). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PERUSAHAAN JASA SEWA ANGKUTAN PT TABING JAYA. *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, *1*(2), 274-283.

Tristiana, A., & Mashariono. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Vario 125. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(6)

Yanto, F., Darianty, D. I., & Hutauruk, M. U. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Rezeki Mandiri Sentosa Medan (Perusahaan Yang Bergerak Di Bidang Kontraktor Alat Berat) Medan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.