

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. SURYA INTI
PRIMAKARYA PEKANBARU**
*(The Influence of Service Quality and Price and Customer
Satisfaction at PT. Surya Inti Primakarya Pekanbaru)*

DRAF SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Mengikuti Ujian Oral Comprehensive Sarjana
Lengkap Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Lancang Kuning

Oleh
ANASTASYA AGUW SUMILAT
2161201304



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LANCANG KUNING
PEKANBARU**

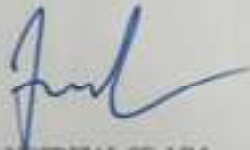
2025

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : ANASTASYA AGUW SUMILAT
NIM : 2161201304
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. SURYA INTI
PRIMAKARYA PEKANBARU.

DISETUJUI

PEMBIMBING I



Dr. NUFRIZAL SE, MM
NIDN: 1002118703

PEMBIMBING II



Dr. RYAN PAHLAWAN SE, MM
NIDN: 1010118604



Dr. NURHASANAH SE, SH, MM, MH, AK, CA, ACPA
NIDN: 1006067101



Dr. RYAN PAHLAWAN SE, MM
NIDN: 1021088602

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

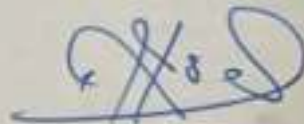
NAMA : ANASTASYA AGUW SUMILAT
NIM : 2161201304
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. SURYA INTI
PRIMAKARYA PEKANBARU.

KETUA



Dr. AZNURIYANDILSE, M.Si
NIDN: 1021088602

SEKRETARIS



Dr. IDEL WALDEHLMISE, M.Si
NIDN: 1008078602

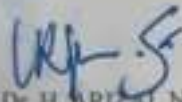
ANGGOTA



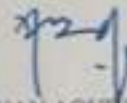
Dr. NOFRIZAL, SE, MM
NIDN: 1002118703



Dr. IDEL WALDEHLMISE, M.Si
NIDN: 1008078602



Prof. Dr. H. ARI AL N, SE, MM
NIDN: 1023046301



Dr. AFVAN AQUINO, SE, MM
NIDN: 1021087802

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

PT. Surya Inti Primakarya Pekanbaru

Oleh:

Anastasya Aguw Sumilat
2161201304

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Surya Inti Primakarya Pekanbaru dengan jumlah populasi sebanyak 36 (data pelanggan tahun 2023). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *proportionate stratified random sampling* dilakukan dengan mengumpulkan data jumlah karyawan dari masing-masing bagian. Dalam penelitian ini tingkatan responden yang menjadi sampel merupakan top manajemen perusahaan seperti manajer, supervisor dan sebagainya. Pengolahan dan analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan pengolahan data menggunakan program SPSS versi 26. Pengujian data yang digunakan untuk regresi linear berganda yaitu uji asumsi klasik dan hipotesis. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial maupun secara simultan (bersama-sama) kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Nilai *Adjusted R Square* atau R^2 yaitu 0,836 atau 83,6%, artinya kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga, sedangkan sisanya yaitu 16,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini seperti promosi, lokasi dan sebagainya.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction PT. Surya Inti Primakarya Pekanbaru

By:

**Anastasya Aguw Sumilat
2161201304**

The aim of this research is to see the influence of service quality and price on purchasing decisions. The research object in this research is the customers of PT. Surya Inti Primakarya Pekanbaru with a population of 36 (customer data for 2023). The sampling technique in this study uses the proportionate stratified random sampling technique carried out by collecting data on the number of employees from each section. In this study, the level of respondents who were sampled was top management in the company such as managers, supervisors and so on. Data processing and analysis uses multiple linear regression analysis with data processing using the SPSS version 26 program. Data testing used for multiple linear regression is classical assumption and hypothesis testing. The results of this study prove that partially and simultaneously (together) service quality and price have an effect on customer satisfaction. The Adjusted R Square or R^2 value is 0.836 or 83,6%, meaning that customer satisfaction is influenced by service quality and price, while the remaining 16,4% is influenced by other variables outside this research such as promotions, location and so on.

Keywords: Service Quality, Price and Customer Satisfaction.

PERNYATAAN

Dengan hal ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis dalam bentuk skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan doktor) 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 tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak dapat 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 ketidak benaran 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, 13 Januari 2025
Yang membuat pernyataan,

ANASTASYA AGUW SUMILAT

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Surya Inti Primakarya Pekanbaru** ini tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Manajemen Universitas Lancang Kuning Pekanbaru.

Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Dini Onasis, SE., SH., MM., MH., Ak., CA., ACPA, selaku Dekan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning Pekanbaru.
2. Bapak Dr. Aznuriyandi, SE., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning Pekanbaru.
3. Bapak Dr. Nofrizal, SE., MM, sebagai pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikiran dalam membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Ryan Pahlawan, SE., MM, sebagai pembimbing II yang juga telah banyak memberikan bimbingan, masukan, dorongan, dan semangat kepada penulis selama penulisan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning Pekanbaru yang telah memberikan ilmunya kepada penulis beserta staff, baik secara langsung maupun tidak langsung.
6. Alm. Hart Sumaiku Pangalila Sumilat, Cinta Pertama penulis. Beliau memang tidak sempat menemani penulis dalam perjalanan selama menempuh Pendidikan namun beliau akan tetap ada dalam setiap perjalanan

penulis. Semua ini tidak mengurangi rasa bangga dan terimakasih atas kehidupan yang diberikan meskipun pada akhirnya perjalanan ini harus dilewati sendiri tanpa Beliau.

7. Pintu Surgaku, Ibunda Nurhayati Salawati. Beliau sangat berperan penting dalam proses menyelesaikan program studi penulis. Beliau yang tidak henti memberikan semangat, serta doa yang selalu mengiring langkah penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan karya tulis ilmiah.
8. Rekan-rekan seperjuangan Jurusan Manajemen khususnya Angkatan 2021 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat dan menghibur penulis.

Sebagai manusia biasa penulis menyadari penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh Penulis. Oleh karenanya atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritikan yang membangun.

Pekanbaru, 13 Januari 2025

Penulis

ANASTASYA AGUW SUMILAT

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. LATAR BELAKANG PENELITIAN	1
1.2. PERUMUSAN MASALAH.....	6
1.3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	6
1.3.1. Tujuan Penelitian	6
1.3.2. Manfaat Penelitian	6
1.4. SISTEMATIKA PENULISAN	7
BAB II TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	9
2.1. TELAAH PUSTAKA.....	9
2.1.1. Manajemen.....	9
2.1.2. Pemasaran	12
2.1.3. Kualitas Pelayanan.....	13
2.1.4. Harga	20
2.1.5. Kepuasan Pelanggan	25
2.1.6. Jurnal Penelitian Terdahulu	27
2.2. KERANGKA PEMIKIRAN	28
2.2.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan ..	31
2.2.2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	32
2.2.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Secara Bersama-sama Terhadap Kepuasan Pelanggan	33
2.3. HIPOTESIS	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1. OBJEK PENELITIAN	35
3.2. POPULASI DAN SAMPEL	35
3.3. TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL	36
3.4. JENIS DAN SUMBER DATA	36
3.4.1. Jenis Data	36
3.4.2. Sumber Data.....	37
3.5. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	37
3.6. IDENTIFIKASI DAN OPERASIONALISASI VARIABEL	38
3.7. ANALISIS DATA.....	41
3.7.1. Skala Pengukuran.....	41
3.7.2. Analisis Deskriptif.....	42
3.7.3. Pengujian Instrumen Penelitian	43
3.7.4. Pengujian Asumsi Klasik (Uji Model).....	45

3.7.5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
3.7.6. Pengujian Hipotesis	46
BAB IV GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	49
4.1. SEJARAH SINGKAT PT. SURYA INTI PRIMAKARYA PEKANBARU.....	49
4.2. VISI DAN MISI PT. SURYA INTI PRIMAKARYA PEKANBARU.....	50
4.3. STRUKTUR ORGANISASI PT. SURYA INTI PRIMAKARYA PEKANBARU.....	51
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
5.1. HASIL PENELITIAN	52
5.1.1. Deskripsi Identitas Responden Penelitian.....	52
5.1.2. Deskripsi Variabel Penelitian	53
5.1.3. Pengujian Instrumen	58
5.1.4. Pengujian Asumsi Klasik (Uji Model).....	61
5.1.5. Analisis Regresi Linier Berganda	64
5.1.6. Pengujian Hipotesis	66
5.2. PEMBAHASAN	69
5.2.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan ..	69
5.2.2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	70
5.2.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Secara Bersama-sama Terhadap Kepuasan Pelanggan	72
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
6.1. KESIMPULAN	74
6.2. SARAN	74

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Target dan Realisasi Export PT. Surya Inti Primakarya Tahun 2019-2024	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Populasi Penelitian	36
Tabel 3.2 Identifikasi dan Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.3 Skala Likert	42
Tabel 3.4 Tafsiran Nilai Rata-rata.....	43
Tabel 5.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 5.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 5.3 Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan	54
Tabel 5.4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Variabel Harga ...	55
Tabel 5.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Pelanggan	56
Tabel 5.6 Statistik Deskriptif Data Penelitian.....	57
Tabel 5.7 Hasil Uji Validitas Instrument	59
Tabel 5.8 Hasil Uji Realibilitas Instrument	60
Tabel 5.9 Hasil Uji Multikolonearitas.....	62
Tabel 5.10 Hasil Uji Autokorelasi	64
Tabel 5.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	65
Tabel 5.12 Hasil Uji Parsial (Uji t)	66
Tabel 5.13 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	67
Tabel 5.14 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Target dan Realisasi Export PT. Surya Inti Primakarya Tahun 2019-2023	3
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Surya Inti Primakarya Pekanbaru.....	51
Gambar 5.1 Hasil Uji Normalitas Data P-Plot	61
Gambar 5.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG PENELITIAN

Saat ini, meraih kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) menjadi tantangan besar setiap entitas bisnis dalam setiap interaksinya dengan konsumen. Performa dari setiap layanan akan direspon positif jika kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi serta sesuai dengan harapan konsumen. Idealnya, capaian pelayanan konsumen akan semakin tinggi bila mampu memberikan pelayanan yang melebihi harapan konsumen, sehingga akan membentuk kepuasan konsumen. Hal ini, secara jangka Panjang dapat memberikan kontribusi lanjutan berupa terbentuknya konsumen yang loyal terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Perusahaan harus mengetahui tentang perilaku konsumen untuk dapat mempengaruhi konsumen dalam rangka merebut pangsa pasar. Setelah dapat memimpin pasar, perusahaan harus mempertahankan kepuasan konsumen dengan cara meningkatkan kualitas produk dengan harga yang terjangkau. Pangsa pasar atas produk yang dimiliki perusahaan dapat mengalami penurunan dan kenaikan. Penurunan pangsa pasar dapat disebabkan karena produk sudah tidak disukai konsumen, tidak memenuhi selera konsumen dan semakin ketat persaingan. Produk yang berkualitas merupakan elemen pemasaran yang perlu diperhatikan oleh sebuah perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, dengan adanya persaingan yang semakin kompleks, tentu membuat konsumen semakin

leluasa dalam memilih produk yang sesuai dengan selera. Untuk itu setiap perusahaan harus mampu menampilkan dan menunjukkan kualitas produk yang unggul agar dapat menjadi pilihan konsumen.

Kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan diketahui apabila melakukan suatu pengukuran dan pengujian terhadap konsumen. Pelayanan di nilai memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kepuasan atau ketidakpuasan terjadi ketika pelanggan melakukan evaluasi atas harapan dengan kinerja/hasil yang diterimanya. Beberapa pakar dan hasil penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa faktor penentu kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan harga (Hadiyati, 2017).

Berikut adalah target dan realisasi export dari tahun 2019 sampai 2023 yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1
Target dan Realisasi Export PT. Surya Inti Primakarya Tahun 2019-2023

Tahun	Target Barang (Kg)	Realisasi Barang (Kg)	Pencapaian Target (%)
2019	25.000.000	15.395.538	61,58%
2020	25.000.000	11.890.052	47,56%
2021	25.000.000	10.796.841	43,19%
2022	25.000.000	11.113.320	44,45%
2023	25.000.000	15.004.785	60,02%

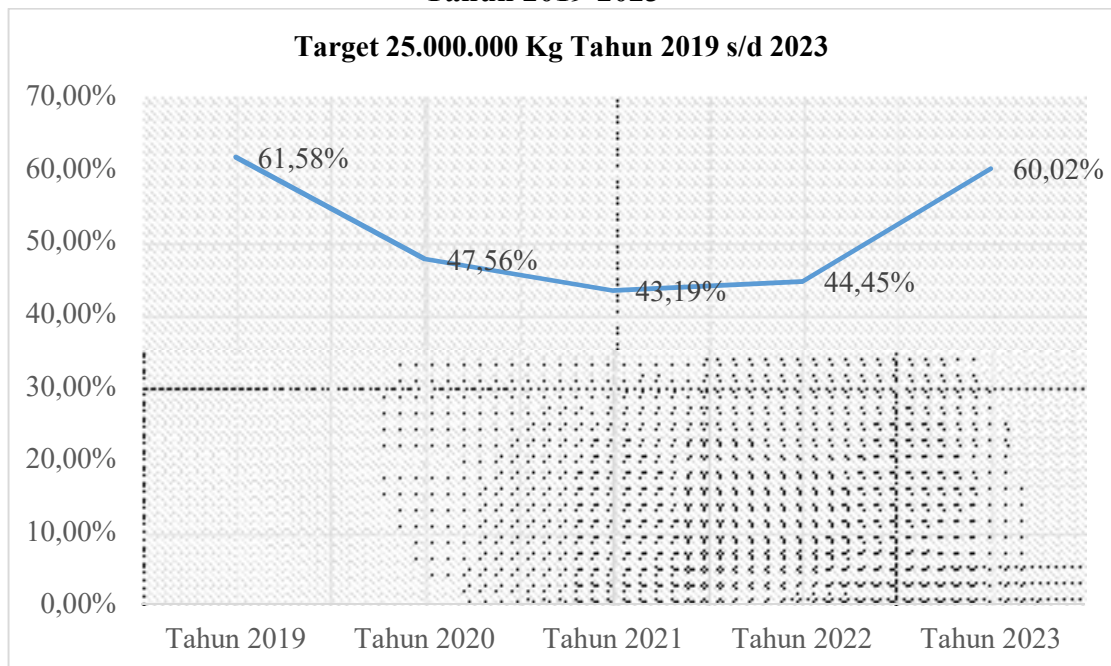
Sumber: PT. Surya Inti Primakarya, 2024.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa export yang dilakukan PT. Surya Inti Primakarya selama lima tahun terakhir mengalami fluktuasi dan cenderung menurun serta tidak pernah mencapai target export. Realisasi export tertinggi dicapai pada tahun 2019 yaitu sebesar 15.395.538 kg dengan pencapaian target 60,02% dari target yang telah ditetapkan yaitu 25.000.000 kg. Export

terendah terjadi pada tahun 2021, jumlah export menurun dari tahun sebelumnya yaitu tahun 2020. Adapun pelanggan yang menggunakan jasa export PT. Surya Inti Primakarya adalah PT. Trimitra Argo Jaya, PT. Tangguh Agro Jaya, PT. Indo Gemilang Energi, PT. 3J, PT. Bumi Inti Rezeki dan PT. Inti Gemilang Energi.

Dari tabel diatas, maka dapat dilihat bentuk grafik mengenai jumlah export selama lima tahun terakhir dan dapat dilihat sebagai berikut:

Grafik 1.1
Realisasi Export Pada PT. Surya Inti Primakarya
Tahun 2019-2023



Sumber: PT. Surya Inti Primakarya, 2024.

Berdasarkan grafik diatas, dapat dilihat secara jelas bahwa jumlah export pada PT. Surya Inti Primakarya mengalami naik turun atau fluktuasi, sehingga perlu dicari tahu apa faktor-faktor yang menyebabkan hal tersebut terjadi. Apabila perusahaan tidak memperhatikan hal ini, maka perusahaan akan mengalami kerugian bahkan bangkrut, mengingat pada saat ini persaingan export sudah banyak dimana persaingan dilakukan dari segi pelayanan maupun biaya.

Kualitas layanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Unggulnya kualitas layanan diharapkan mampu menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan. Untuk menciptakan pembelian produk layanan yang diberikan berupa transfer *knowledge* terhadap produk, tanggung jawab perusahaan, jaminan ketepatan waktu layanan, kenyamanan dan empati atau perhatian perusahaan kepada pelanggan karena komponen pelayanan merupakan penentu yang penting dalam mencapai kepuasan pelanggan. Semakin baik perusahaan mampu memberikan kualitas layanan kepada konsumen maka konsumen akan merasakan kepuasan. Dalam membangun hubungan jangka panjang salah satu cara yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan cara memberikan layanan yang baik pada saat penjualan (Hosang & Tumbel, 2016).

Menurut Grewal dan Levy dalam Tjiptono (2015:290), harga adalah pengorbanan keseluruhan yang bersedia dilakukan konsumen dalam rangka mendapatkan produk atau jasa spesifik. Pengorbanan tersebut biasanya mencakup uang yang harus dibayarkan kepada pemasar agar bisa mendapatkan produk, serta pengorbanan lainnya, baik dalam bentuk *non moneter* (seperti nilai waktu yang dibutuhkan untuk mendapatkan produk atau jasa) maupun *moneter* (seperti biaya transportasi, pajak, biaya pengiriman dan seterusnya).

Penelitian tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sudah banyak dilakukan oleh penelitian sebelumnya. Pertama penelitian yang dilakukan oleh Sudigdo dan Taufik (2021) dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas pelayanan Garuda Express Delivery (GED) Terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan secara simultan menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Kurniasari (2023) yang berjudul Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Pengiriman Barang PT. Pos Indonesia Di Tulungagung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan baik secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Ramadhaniati, dkk (2020) dengan judul Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga baik secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Dari uraian latar belakang dan penelitian terdahulu, maka penulis ingin meneliti mengenai, **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Surya Inti Primakarya Pekanbaru.**

1.2. PERUMUSAN MASALAH

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan PT. Surya Inti Primakarya Pekanbaru?
2. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan PT. Surya Inti Primakarya Pekanbaru?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan PT. Surya Inti Primakarya Pekanbaru?

1.3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Surya Inti Primakarya Pekanbaru.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Surya Inti Primakarya Pekanbaru.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Surya Inti Primakarya Pekanbaru.

1.3.2. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, penelitian ini dibuat untuk menambah wawasan dan pengetahuan akan bidang pemasaran dan juga sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana.
2. Bagi pelaku usaha, penelitian ini diharapkan memberikan referensi dan

informasi sebagai salah satu faktor pengambilan keputusan yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan.

3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan menjadi referensi dan pembanding dalam melakukan penelitian lanjutan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

1.4. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk mengetahui secara garis besar penyusunan penelitian ini, maka penulis membaginya dalam 6 (enam) bab. Dimana antara satu bab dengan bab lain saling berhubungan, yakni sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang mengetengahkan latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Pada bab ini penulis menguraikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan masalah, yaitu terdiri dari, pengertian manajemen, pengertian pemasaran, bauran pemasaran, kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan dan kerangka pemikiran serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis menguraikan objek penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, teknik

pengumpulan data dan identifikasi operasionalisasi variabel serta analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PT. SURYA INTI PRIMAKARYA PEKANBARU

Pada bab ini dibahas mengenai sejarah singkat PT. Surya Inti Primakarya Pekanbaru serta struktur organisasi dan aktivitas yang dilakukan oleh PT. Surya Inti Primakarya Pekanbaru.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian berupa kualitas pelayanan dan harga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan serta pembahasan yang didasari oleh teori-teori yang diteliti.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Sebagai bagian terakhir bab ini mengemukakan tentang kesimpulan dan saran dari penelitian yang dilakukan.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. KESIMPULAN

Dari pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Surya Inti Primakarya Pekanbaru.
2. Harga secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Surya Inti Primakarya Pekanbaru.
3. Kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Surya Inti Primakarya Pekanbaru.

6.2. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan pada penelitian ini, maka saran dari peneliti yaitu:

1. Saran Untuk Universitas/Fakultas

Universitas adalah tempat menimba ilmu yang sangat membantu mahasiswa dalam mencapai kompetensi yang diperlukan untuk menjadi pendidik yang profesional. Untuk menunjang kegiatan belajar Universitas atau Fakultas Ekonomi dan Bisnis dapat melengkapi fasilitas yang lengkap, agar mahasiswa merasa nyaman ketika melakukan kegiatan belajar.

2. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

Sebaiknya peneliti selanjutnya dapat menambah variabel lain untuk mengetahui faktor lain yang menyebabkan turunnya kepuasan pelanggan. Seperti lokasi, loyalitas, citra perusahaan dan sebagainya.

3. Saran Untuk PT. Surya Inti Primakarya Pekanbaru

- 1) Untuk variabel kualitas pelayanan indikator terendah adalah “ruang tunggu” dengan rata-rata sebesar 3,42. Sehingga disarankan kepada perusahaan agar memperluas ruang tunggu dan memfasilitasi ruang tunggu dengan kipas atau AC agar ruang tunggu dingin dan membuat pelanggan nyaman ketika melakukan pengiriman barang.
- 2) Untuk variabel harga indikator terendah adalah “keterjangkauan harga” dengan rata-rata sebesar 3,81. Sehingga disarankan kepada perusahaan agar menetapkan biaya atau tarif pengiriman yang dapat dijangkau pelanggan dan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya.
- 3) Untuk variabel kepuasan pelanggan indikator terendah adalah “waktu penyerahan” dengan rata-rata sebesar 3,89. Sehingga disarankan kepada perusahaan agar meningkatkan kecepatan pengiriman atau penyerahan barang kepada penerima.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber: Buku

- Amirullah, 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Abdullah, 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja
- Arizal,N, 2017. *Pengantar Manajemen Pemasaran*, Pekanbaru: Unilak Press
- Alma, 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta
- Assauri, Sofjan, 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Akhmad, Jaenudin, 2017. *Aplikasi Pemasaran Dan Salesmanship. Edisi. Keempat*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendikia
- Amstrong, P.K, 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Hadiyati, 2017. *Pengantar Manajemen*, Pekanbaru: CV. Karya Nova
- Indrasari, Meithiana, 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen*. Surabaya: Unitomo Press
- Kotler, Philip., Armstrong, Gary. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1. Edisi Ke. 9*. Jakarta: Erlangga
- _____, Philip.,Keller, Kevin Lane, 2016. *Principle Of Marketing*. 15e Global Edition. Pearson
- Moenir. 2015. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta: PT Bumi Aksara
- Nurmansyah, 2018. *Pengantar Manajemen Pemasaran*, Pekanbaru: Unilak Press
- Priansa, Donni Juni, 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan ke-24*. Bandung: Alfabeta
- _____, 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta
- Sinambela, P. Lijan. 2014. *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sunyoto, Danang, 2016. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*, Yogyakarta: PT. Buku Seru

- Tjiptono, Fandy, 2014. ***Pemasaran Jasa***. Jakarta: Gramedia
- _____, 2015. ***Strategi Pemasaran***, Yogyakarta: ANDI
- _____, 2016. ***Service, Quality & Satisfaction***. Yogyakarta: ANDI
- _____, 2017. ***Strategi Pemasaran. Edisi 4***,. Yogyakarta: ANDI
- _____, 2019. ***Pemasaran Jasa Edisi Terbaru***. Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, Fandy., Chandra, Gregorius, 2016. ***Service, Quality & Satisfaction Edisi***
4. Yogyakarta: ANDI

Sumber: Jurnal

- Dewi R, A, 2016. ***Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya***. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), Volume 3 Nomor 3
- Kurniasari dan Hastuti, 2023. ***Pengaruh Harga dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Pengiriman Barang PT Pos Indonesia Di Tulungagung***. Jurnal Economina, Vol. 2 No. 8
- Hosang, Natasja., Tumbel, Altje dan S. Moniharapon, 2016. ***Analisis Kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rumah Sakit Siloam Manado)***. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Vol. 6 No. 01
- Putri dan Maimunah. 2022. ***Pengaruh Harga dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa ID Express Kota Lhokseumawe***, Jurnal Visioner dan Strategis Vol. 11 No. 2
- Ramadhaniati, Safirah., Susanti, Evi., Arjuna, Wiwaha., Isty Wahyuning, Tyas, 2020. ***Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. International Journal of Digital Entrepreneurship and Business***, Vol. 1 No. 1
- Sudigdo dan Taufik, 2021. ***Pengaruh Harga dan Kualitas pelayanan Garuda Express Delivery (GED) Terhadap Kepuasan Konsumen***. Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis, Vol. 2 No. 02
- Setiawan dan Frianto, 2021. ***Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian, Journal of Business and Innovation Management***, Vol. 3 No. 3