

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BUTIK SYAF  
(Studi Kasus Butik Syaf Kemayoran Jakarta Pusat)

<sup>1st</sup> Dian Safitri, <sup>2nd</sup> Rama Chandra, S.E., ME  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta  
Kp. bentengan sky III rt006/05 no 72.  
kelurahan sunter jaya, kecamatan tanjung priok  
Syafitridian1@gmail.com, ramachandra@stei.ac.id

**Abstract** - The purpose of this research is to know the effect of service quality, product quality and price on customer satisfaction at Syaf Boutique. The population in this study are customers who shop at Syaf Boutique.

The sampling technique used was purposive sampling with data collection instruments in the form of a questionnaire as many as 97 respondents at Butik Syaf who made purchases more than 2 times. The data taken is primary data. This study uses the Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 26.0.

The results of this study state that service quality has an effect on customer satisfaction, the contribution of the effect is 98.01%. Product quality affects customer satisfaction, with the contribution of the effect is 65.3%. Price affects customer satisfaction, the contribution of the effect is 43.3%. Service quality, product quality and price together have an effect on satisfaction, the contribution of the effect is 97.1%.

**Keywords:** Service Quality, Product Quality, Price, Customer Satisfaction, Muslim Fashion

**Abstrak**– Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Butik Syaf. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan yang berbelanja di Butik Syaf.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner sebanyak 97 responden Butik Syaf yang melakukan pembelian lebih dari 2 kali. Data yang diambil adalah data primer. Penelitian ini menggunakan *Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 26.0*.

Hasil dari penelitian ini menyatakan Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kontribusi pengaruhnya adalah 98,01%. Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dengan kontribusi pengaruhnya adalah 65,3%. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kontribusi pengaruhnya adalah 43,3%. Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan, kontribusi pengaruhnya adalah 97,1%.

**Kata kunci :** Kualitas pelayanan, produk, harga, kepuasan pelanggan, Fashion Busana Muslim

## I. PENDAHULUAN

Industri fashion busana muslim di kalangan perempuan Indonesia saat ini berkembang dengan sangat pesat. Terutama bagi kaum remaja dan dewasa yang paling banyak diminati. Hal ini berdampak pada beberapa produsen busana muslim, baik yang bersekala besar maupun produksi rumahan. Mereka selalu menginovasi produknya

dengan berbagai mode baru agar mampu mempeluas pangsa pasar, serta meningkatkan minat konsumen

Toko Butik Syaf merupakan jenis usaha yang bergerak dalam bidang penjualan pakaian (fashion) busana muslim, butik syaf menyediakan busana muslim wanita dewasa, mulai dari gamis, mukenah dan hijab, dengan beragam model yang mengikuti *trend*. Butik syaf memiliki toko yang terletak di jl. Kemayoran gempol kebon kosong, kecamatan kemayoran, jakarta pusat.

Dalam kegiatan berwirausaha baik dalam bentuk jasa ataupun produk seorang konsumen ingin mendapatkan pelayanan yang baik sebelum mereka melakukan pembelian. Pelayanan dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian produk yang ditawarkan, kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan bagi konsumen selain itu dapat menjadi daya tarik konsumen untuk dapat melakukan pembelian produk secara berulang-ulang. Kotler & Keller (2016:440) kualitas pelayanan merupakan model yang menggambarkan kondisi konsumen dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut kemulut dan iklan, dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan

Memperhatikan hal-hal diatas penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian mengenai “Pengaruh kualitas pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Butik Syaf”

### 1.1. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan Butik Syaf?
2. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Butik Syaf?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan di Butik Syaf?
4. Apakah kualitas pelayanan, Kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Butik Syaf?

### 1.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian diatas adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Butik Syaf?
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Butik Syaf?
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Butik Syaf?
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Butik Syaf?

## II. KAJIAN LITERATUR

### 2.1. Manajemen Pemasaran

Kotler dan Keller (2016:51) Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih target pasar dan mendapatkan, menjaga dan tumbuh pelanggan melalui buat akun menyampaikan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Pemasaran dalam suatu perusahaan memegang peranan yang sangat penting, karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan untuk melakukan perkembangan terhadap perusahaan dan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam memperoleh laba

### 2.2. Sumber daya manusia

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Butik Syaf (Studi Kasus Butik Syaf Kemayoran Jakarta Pusat)**

---

Menurut Sumarsono (2014:4) Sumber daya manusia atau *human resources* mengandung dua pengertian. Pertama, adalah usaha kerja atau jasa yang dapat diberikan dalam proses produksi, dalam hal lain SDM mencerminkan kualitas usaha yang diberikan oleh seseorang dalam waktu tertentu untuk menghasilkan barang dan jasa. Pengertian kedua, SDM menyangkut manusia yang mampu bekerja untuk memberikan jasa atau usaha kerja tersebut. Mampu bekerja berarti mampu melakukan kegiatan yang mempunyai kegiatan ekonomis, yaitu bahwa kegiatan tersebut menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan atau masyarakat.

### **2.3. Bauran Pemasaran**

Bauran pemasaran (*marketing mix*) mempunyai peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan pasar, oleh karena itu bauran pemasaran (*marketing mix*) sebagai suatu perangkat yang akan menunjukkan tingkat keberhasilan pemasaran. Kotler dan Keller (2016:47) menyatakan, bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasaran dipasar sasaran .

### **2.4. Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Keller (2016:164), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Menurut Tjiptono (2015:231). Pemahaman subyektif produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.

### **2.5. Harga**

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atas penggunaan suatu barang atau jasa. Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang dijual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena itu penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategi penetapan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan. Sementara itu dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa

### **2.6. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan salah satu bagian dari strategi Manajemen Pemasaran. Kualitas pelayanan telah menjadi satu tahap faktor dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi. Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antar perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian dan sosial budaya masyarakat. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan

### **2.7. Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler dan Keller (2016:150) Kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya kurang dari ekspektasi maka konsumen akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi konsumen akan merasa puas diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya Tjiptono (2015:17).

## **2.8. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian**

### **2.8.1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan**

Kotler & Keller (2016:440). Kualitas Pelayanan merupakan model yang menggambarkan kondisi konsumen dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan. Didukung oleh penelitian terdahulu oleh Suharyadi (2018) menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sitompul, rini dan Nurbaity (2020) kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen pakaian.

### **2.8.2. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan**

Kotler dan Armstrong (2016:164) menyatakan, kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya Tjiptono (2015:17). Didukung oleh penelitian terdahulu oleh Sari (2020) dalam penelitiannya menyatakan Kualitas produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan On Market Go penelitian terdahulu oleh Novretha, Budiyo (2018).

### **2.8.3. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen**

Apabila harga yang ditetapkan oleh Butik Syaf tidak sesuai dengan manfaat produk, maka tingkat kepuasan konsumen dapat menurun, dan sebaliknya, apabila harga yang ditetapkan oleh Butik Syaf sesuai dengan manfaat yang diterima, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan demikian, apabila pada tingkat harga tertentu manfaat yang dirasakan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Apabila nilai yang dirasakan konsumen semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan konsumen. Kotler dan Armstrong (2016:324), harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat, kepemilikan atau penggunaan atas produk atau jasa. Menurut penelitian terdahulu di lakukan oleh Sulaeman (2018). Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena harga yang sesuai dengan manfaat yang didapatkan akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Novretha, Budiyo (2018)

### **2.8.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, kualitas produk, harga secara bersama-sama terhadap Kepuasan pelanggan**

Kotler & Keller (2016:440). Kualitas Pelayanan merupakan model yang menggambarkan kondisi konsumen dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan. Kotler dan Armstrong (2016:164) menyatakan, kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya Tjiptono (2015:17). Kotler dan Armstrong (2016:324), harga merupakan

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Butik Syaf (Studi Kasus Butik Syaf Kemayoran Jakarta Pusat)**

---

sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat, kepemilikan atau penggunaan atas produk atau jasa.

Variabel Kualitas Pelayanan, kualitas produk dan harga yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan hal ini didukung penelitian terdahulu oleh Moh. Muklis Sulaeman (2018) Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Variabel Independen yaitu kualitas produk dan harga memiliki pengaruh baik secara simultan.

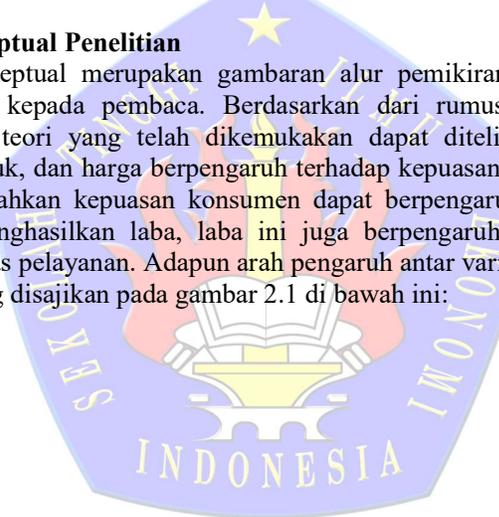
### **2.9. Pengembangan Hipotesis**

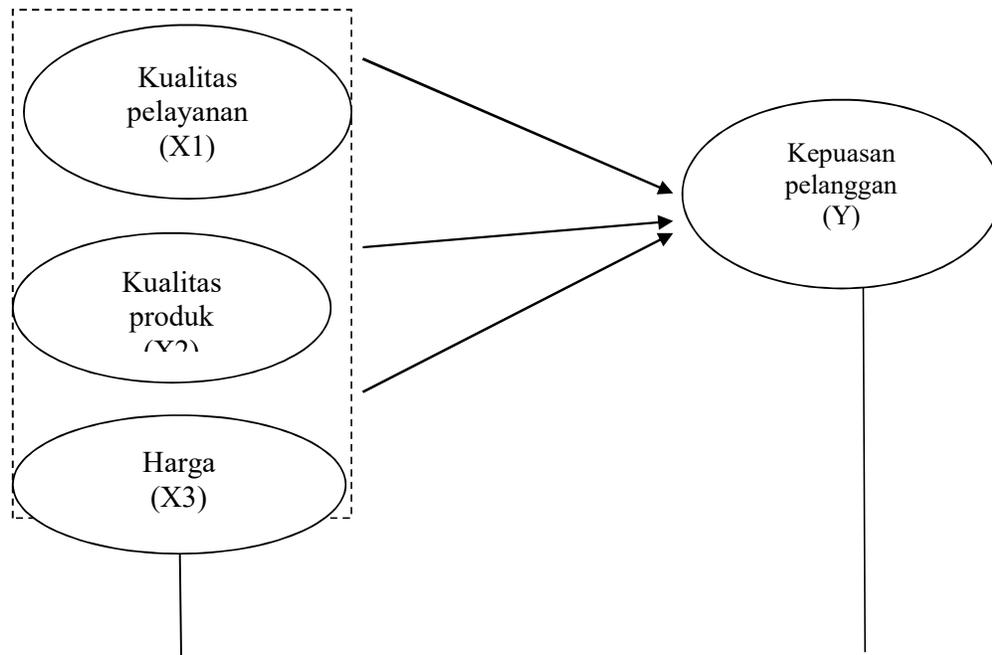
Berdasarkan deskripsi teoritis, hasil-hasil penelitian yang relevan, dan kerangka berpikir di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan di Butik Syaf
2. Diduga Pengaruh Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Butik Syaf
3. Diduga Harga berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan di Butik Syaf
4. Diduga kualitas pelayanan, Kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Butik Syaf

### **2.10. Kerangka Konseptual Penelitian**

Kerangka konseptual merupakan gambaran alur pemikiran penulisan dalam memberikan penjelasan kepada pembaca. Berdasarkan dari rumusan masalah, latar belakang dan landasan teori yang telah dikemukakan dapat diteliti apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam skala yang lebih jauh bahkan kepuasan konsumen dapat berpengaruh pada keputusan untuk membeli dan menghasilkan laba, laba ini juga berpengaruh terhadap kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan. Adapun arah pengaruh antar variabel tersebut dapat digambarkan seperti yang disajikan pada gambar 2.1 di bawah ini:





### III. METODA PENELITIAN

#### 3.1. Strategi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih, mencari peranan, pengaruh, dan hubungan yang bersifat sebab-akibat, yaitu antara variabel bebas/eksogen dan variabel terkait/endogen Sugiyono (2018:51). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (sugiyono, 2018:15)

#### 3.2. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2018:130), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau subjek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Butik Syaf di Kemayoran Jakarta Pusat. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian selama bulan januari hingga juli 2020. Sugiyono (2018:131) mengungkapkan sampel dalam suatu penelitian merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Pengertian *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan Untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Pernyataan dari (Sugiyono, 2018:131)

## Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Butik Syaf (Studi Kasus Butik Syaf Kemayoran Jakarta Pusat)

. Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan Rumus dari Rao Purba, sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Ket:

n : Jumlah sampel

Z : Nilai Z dengan tingkat keyakinan 95% maka nilai Z = 1,96 (tabel distribusi normal)

Moe : Margin of error atau kesalahan maksimal adalah 10% atau 0,10

Dengan menggunakan margin of error sebesar 10%, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar:

$$n = 1,96^2 / 4 (0,10)^2$$

n = 96,04 yang dibulatkan menjadi 97

berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini minimal berjumlah 97 responden. Obyek penelitian penelitian ini adalah Butik Syaf.

### 3.3. Metode Analisis Data

#### 3.3.1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah analisis statistik yang memberikan gambaran secara umum tentang mengenai karakteristik dari masing-masing variabel penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), minimum dan maksimum. Analisis 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 (Sugiyono, 2018:226)

Analisis data yang digunakan peneliti ini untuk menjawab pertanyaan yang tercantum dalam identifikasi masalah. Metode analisis data yang digunakan adalah metode statistik dengan menggunakan program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) 26.0.

#### 3.3.2. Analisis Jawaban Responden

Untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel, maka akan didasarkan pada nilai skor rata-rata (*indeks*) yang dikategorikan ke dalam rentang skor berdasarkan perhitungan *three box method*, (Ferdinand, 2014:231).

Angka indeks yang dihasilkan menunjukkan skor 20 hingga 100 dengan rentang sebesar 80. Dengan menggunakan kriteria tiga kotak (*Three-box Method*), maka rentang sebesar 80 dibagi menjadi 3 bagian, sehingga menghasilkan rentang untuk masing-masing sebagian sebesar 26, dimana akan digunakan sebagai daftar interpretasi indeks berikut (Ferdinand, 2014:232):

20 – 46 = Rendah

47 – 73 = Sedang

74 – 100 = Tinggi

Teknik skoring yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu, dengan skor maksimal 5 dan skor minimal 1, maka akan diperhitungkan indeks jawaban responden dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai indeks} = [(\%F1*1) + (\%F2*2) + (\%F3*3) + (\%F4*4) + (\%F5*5)] / 5. (3.2)$$

F1: Frekuensi responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner.

F2: Frekuensi responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner.

F3: Frekuensi responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner.

F4: Frekuensi responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner.

### 3.3.3. Uji Validitas dan Reabilitas data

#### a. Uji Validitas

Penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Kalau dalam obyek berwarna merah, sedangkan data yang terkumpul memberikan data berwarna putih maka hasil penelitian tidak valid. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2018:192). Syarat minimum suatu item dianggap valid sebagai berikut:

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau  $sig < \alpha$  (0,05) maka item-item pernyataan dari kuesioner valid.

Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  atau  $> \alpha$  (0,05) maka item-item pernyataan dari kuesioner tidak valid.

#### b. Uji reliabilitas

(Sugiyono, 2018:194) Instrumen yang reliabel belum tentu valid, meteran yang putus dibagian ujungnya berkali-kali akan menghasilkan data yang sama (reliabel) tetapi selalu tidak valid. Hal ini disebabkan karena instrument (meteran) tersebut rusak. Reliabel instrumen merupakan syarat untuk pengujian validitas instrument. Oleh karena itu, walaupun instrument yang valid umumnya pasti reliabel, tetapi pengujian reabilitasnya instrument perlu dilakukan. Sugiyono (2018:193) instrument yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Alat ukur panjang dari karet adalah contoh instrument yang tidak reliabel atau konsisten. Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas sebagai berikut:

a. Jika nilai *cronbach's alpha*  $\alpha > 0,60$  maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik dengan kata lain instrument adalah reliabel atau terpercaya.

b. Jika nilai *cronbach's alpha*  $< 0,60$  maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliabel

### 3.3.4. Analisis Koefisien korelasi dan Koefisien Determinasi

Supardi (2017:99) analisis korelasi merupakan analisis hubungan dua variabel atau lebih, yaitu antar variabel bebas dengan variabel terkait. Hasil perhitungan korelasi + 1 sampai dengan + 1. Jadi jika ada hasil perhitungan  $> + 1$  atau  $< - 1$ , maka perhitungan jelas salah. Karena akorelasi product moment hanya dapat diterapkan untuk data yang berskala interval atau ratio. Hasil korelasi pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) kelompok besar menurut Supardi (2017:141) sebagai berikut:

1. Korelasi positif kuat, yaitu apabila hasil perhitungan korelasi mendekati + 1 atau sama dengan + 1. Ini berarti bahwa setiap kenaikan skor atau nilai pada variabel X akan diikuti dengan kenaikan skor atau nilai variabel Y. sebaliknya, jika variabel X mengalami penurunan, maka akan diikuti dengan penurunan variabel Y.

2. Korelasi negatif kuat, apabila hasil perhitungan korelasi mendekati - 1 atau sama dengan - 1. Ini berarti bahwa setiap kenaikan skor atau nilai variabel X akan diikuti dengan penurunan skor atau nilai variabel Y. sebaliknya, apabila skor nilai dari variabel X turun, maka skor atau nilai dari variabel Y akan naik.

3. Tidak ada korelasi, apabila hasil perhitungan korelasi (mendekati 0 atau sama dengan 0). Hal ini berarti turunya skor atau nilai suatu variabel tidak mempunyai kaitan dengan naik turunya skor atau nilai variabel lainnya. Apabila skor atau nilai variabel X naik tidak diikuti dengan naik atau turunya skor atau nilai variabel Y. sebaliknya, tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif antara variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai X akan diikuti dengan kenaikan dan penurunan Y.

Dalam pengujian ini dilakukan melalui identifikasi tingkat signifikan t (sign). Adapun kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a.  $H_0$  ditolak jika  $\text{sig} < 0,05$
- b.  $H_0$  diterima jika  $\text{sig} > 0,05$

Supranto (2012:123) menyatakan koefisien determinasi (KD) adalah suatu ukuran yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (KD) ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terkait Y dapat diterangkan oleh variabel X. Nilai koefisien determinasi (KD) mempunyai nilai dari 0 sampai dengan 1. Bila nilai koefisien determinasi sama dengan ( $KD=0$ ), artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila  $KD=1$ , artinya variasi dari Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh X.

### **3.3.5. Uji Hipotesis**

Hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan suatu hal yang sering dituntut untuk melakukan pengecekan. Hipotesis statistik adalah dalam perumusan hipotesis, antara hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) selalu berpasangan, apabila salah satu ditolak, maka yang lain pasti diterima, sehingga keputusan yang tegas, yaitu kalau  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hipotesis statistik dinyatakan simbol-simbol (Sugiyono, 2017:87). Uji hipotesis disajikan dalam bentuk tabel dan angka metode statistik, uji signifikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial menggunakan uji t dan secara simultan menggunakan uji F adalah sebagai berikut:

#### **1. Uji Koefisien Korelasi Secara Parsial (Uji t)**

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat secara individu (parsial). Adapun hipotesis yang akan di uji, adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Butik Syaf

$H_0$ :  $\rho_{y1.23} = 0$ : Koefisien korelasi parsial antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan pelanggan Butik Syaf tidak signifikan.

$H_a$ :  $\rho_{y1.23} \neq 0$ : Koefisien korelasi parsial antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan Butik Syaf signifikan.

Adapun kriteria signifikansi koefisien korelasi parsial, digunakan:

- a.  $H_0$  diterima, jika  $t \text{ sig.} > \alpha (0,05)$
- b.  $H_0$  ditolak, jika  $t \text{ sig.} < \alpha (0,05)$

Apabila hasil pengujian menunjukkan koefisien korelasi parsial signifikan, uji hipotesis dilanjutkan dengan menggunakan koefisien determinasi, dimana:  $KD_{1.23} = r_{y1.23}^2 \cdot 100\%$

Koefisien determinasi tersebut mengukur kontribusi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap dengan Kepuasan Pelanggan Butik Syaf.

2. Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Butik Syaf

$H_0$ :  $\rho_{y2.13} = 0$ : Koefisien korelasi parsial antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan Butik Syaf tidak signifikan.

$H_a$ :  $\rho_{y2.13} \neq 0$ : Koefisien korelasi parsial antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan Butik Syaf signifikan.

Adapun kriteria signifikansi koefisien korelasi parsial, digunakan:

- a.  $H_0$  diterima, jika  $t \text{ sig.} > \alpha (0,05)$
- b.  $H_0$  ditolak, jika  $t \text{ sig.} < \alpha (0,05)$

Apabila hasil pengujian menunjukkan koefisien korelasi parsial signifikan, uji hipotesis dilanjutkan dengan menggunakan koefisien determinasi, dimana:  $KD_{2.13} = r_{y2.13}^2 \cdot 100\%$

Koefisien determinasi tersebut mengukur kontribusi pengaruh Kualitas Produk terhadap dengan Kepuasan Pelanggan Butik Syaf.

3. Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Butik Syaf

$H_0: \rho_{y3.12} = 0$ : Koefisien korelasi parsial antara Harga dengan Kepuasan Pelanggan Butik Syaf tidak signifikan.

$H_a: \rho_{y3.12} \neq 0$ : Koefisien korelasi parsial antara Harga dengan Kepuasan Pelanggan Butik Syaf signifikan.

Adapun kriteria signifikansi koefisien korelasi parsial, digunakan:

a.  $H_0$  diterima, jika  $t_{sig.} > \alpha (0,05)$

b.  $H_0$  ditolak, jika  $t_{sig.} < \alpha (0,05)$

Apabila hasil pengujian menunjukkan koefisien korelasi parsial signifikan, uji hipotesis dilanjutkan dengan menggunakan koefisien determinasi, dimana:  
 $KD_{3.12} = r_{y3.12}^2 \cdot 100\%$

koefisien determinasi tersebut mengukur kontribusi pengaruh Harga terhadap dengan Kepuasan Pelanggan Butik Syaf.

## 2. Uji Koefisien Korelasi Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Adapun hipotesis (4) yang akan di uji, adalah:

4. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Butik Syaf.

$H_0: \rho_{y123} = 0$ : Koefisien korelasi simultan antara Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dengan Kepuasan Pelanggan Butik Syaf tidak signifikan.

$H_a: \rho_{y123} \neq 0$ : Koefisien korelasi simultan antara Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dengan Kepuasan Pelanggan Butik Syaf signifikan.

Adapun kriteria signifikansi koefisien korelasi simultan, digunakan:

a.  $H_0$  diterima, jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau jika  $Prob. F > \alpha (0,05)$

b.  $H_0$  ditolak, jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau jika  $Prob. F < \alpha (0,05)$

Apabila hasil pengujian menunjukkan koefisien korelasi simultan signifikan, uji hipotesis dilanjutkan dengan menggunakan koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R Square*) untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen (Arikunto, 2014:339). Nilai *Adjusted R Square* digunakan agar dapat menghindari bias atau kesalahan dalam pengumpulan data terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model (Ghozali, 2017:97).

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Deskripsi Objek Penelitian

Butik Syaf merupakan jenis usaha yang bergerak dibidang fashion busana muslim yang merupakan bagian dari industri tekstil, yang telah berdiri sejak tahun 2016. Butik Syaf terletak di jl. Kemayoran gempol kebon kosong, kecamatan kemayoran, jakarta pusat. Nama Butik syaf diambil dari nama pemilik Butik yaitu Syafitri. Awal mula Butik Syaf hanya memiliki satu toko, karena semakin berkembangnya trend busana muslim seperti Hijab, syar'i dan gamis yang semakin banyak diminati oleh kalangan perempuan Indonesia, maka penjualan pada Butik Syaf terus meningkat sehingga Butik Syaf berhasil membuka toko keduanya yang terletak di jakarta barat pada tahun 2018. Karena semakin banyak nya pesaing yang bergerak di bidang fashion busana muslim, mengharuskan Butik Syaf selalu berinovasi dan mempertahankan pelanggannya dengan memenuhi apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan. Butik Syaf menyediakan bebrapa macam produk, seperti gamis, mukenah, hijab, dan kebaya. Butik syaf selalu mengutamakan kualitas produk dan Menjamin kualitas produk yang dijual. Butik Syaf menyediakan banyak model pakaian dengan berbagai macam warna. Produk-produk fashion yang terdapat di Butik Syaf memiliki kualitas yang baik seperti, memperhatikan kerapihan jahitan produk, kain yang digunakan kain berkualitas baik

## Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Butik Syaf (Studi Kasus Butik Syaf Kemayoran Jakarta Pusat)

sehingga nyaman untuk digunakan, jika terdapat kesalahan ukuran karena tidak di coba terlebih dahulu saat pembelian, produk dapat segera ditukar

### 4.2. Analisis Statistik Deskriptif

#### 4.2.1. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah responden yang berbelanja di Butik Syaf. Proses pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner, dengan jumlah responden 97 orang. Berdasarkan karakteristik usia, jenis kelamin, status, jenis produk yang dibeli. Adapun hasil dari kriteria responden tersebut telah dirangkum dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Deskripsi Berdasarkan Karakteristik Responden**

Karakteristik Responden	Jumlah Responden	Presentase
Usia		
20-30	60	62%
30-40	31	32%
40-50	6	6%
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>100%</b>
Jenis Kelamin		
Laki- laki	23	24%
Perempuan	74	76%
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>100%</b>
Status		
Pegawai swasta	47	48%
Pelajar/mahasiswa	18	19%
Wiraswasta	25	26%
Lainnya	7	7%
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>100%</b>

Sumber: kuesioner, Data Diolah (2020)

#### 1. Karakteristik responden menurut usia

Dalam penelitian ini responden berjumlah 97 orang yang terdiri dari beberapa usia, diantaranya yaitu, 20 sampai 30 berjumlah 60 orang (62%) yang memiliki jumlah responden terbanyak, hal ini dikarenakan produk-produk fashion Butik Syaf memiliki model trend anak muda, maka dari itu responden terbanyak berada dikalangan usia 20-30 tahun.

#### 2. Karakteristik responden menurut jenis kelamin

Dalam penelitian ini responden berjumlah 97 orang yang dibagi menjadi 2 kategori laki-laki dan perempuan. Responden terbanyak berada pada perempuan yang berjumlah 74 orang (76%). Hal ini dikarenakan Butik Syaf menjual produk fashion khusus untuk perempuan, responden laki-laki yang berjumlah 23 orang (24%), biasanya mereka membeli untuk memberikan hadiah untuk orang terdekat.

#### 3. Karakteristik responden menurut status

Dalam penelitian ini responden berjumlah 97 orang yang berkarakteristik menurut status responden terbanyak berada pada yang berstatus pegawai swasta sebanyak 47 orang (48%), hal ini mungkin disebabkan karena produk yang di beli pada Butik Syaf dapat digunakan sehari-hari untuk pakaian saat mereka bekerja untuk menunjang penampilan.

**Tabel 4.2**

**Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan jenis produk terakhir yang dibeli, jumlah pembelian yang dilakukan, tujuan membeli produk untuk.**

Kriteria Responden	Jumlah Responden	Presentase
<b>Jenis Produk terakhir yang di beli</b>		
Gamis	74	76%
Mukena	14	14%
Hijab	6	6%
Kebaya	3	3%
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>100%</b>
<b>Jumlah Pembelian yang di lakukan</b>		
2	17	18%
3	42	43%
4	28	29%
>5	10	10%
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>100%</b>
<b>Tujuan Membeli produk</b>		
Untuk Orang tua	26	27%
Untuk digunakan sendiri	51	53%
Untuk Orang terdekat	20	21%
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>100%</b>

Sumber: kuesioner Data Diolah (2020)

1. Karakteristik Berdasarkan jenis produk yang dibeli  
 Dalam penelitian ini responden berjumlah 97 orang yang berkarakteristik berdasarkan jenis produk yang dibeli diantaranya, 74 orang (76%) yang membeli produk Gamis. karena dari semua produk yang disediakan di Butik Syaf, produk terlengkap yang disediakan yaitu gamis.
2. Karakteristik Berdasarkan jumlah pembelian yang di lakukan  
 Dalam penelitian ini responden berjumlah 97 orang yang berkarakteristik berdasarkan jumlah pembelian yang dilakukan terbanyak 42orang (43%) yang melakukan pembelian sebanyak 3 kali, hal ini dikarenakan beberapa pelanggan yang berbelanja di Butik Syaf akan melakukan pembelian ulang karena perasaan puas yang mereka dapatkan di Butik Syaf.
3. Karakteristik berdasarkan tujuan membeli produk  
 Dalam penelitian ini responden berjumlah 97 orang. Yang berkarakteristik berdasarkan tujuan membeli sebanyak 51orang (53%) untuk diri sendiri, biasanya pelanggan yang berbelanja di Butik Syaf, mereka membeli produk untuk digunakan sendiri, karena produk yang dibeli dapat dicoba, jadi pelanggan membeli produk dengan datang sendiri ke toko agar dapat mencoba produk untuk memastikan produk yang dipilih ukurannya pas dan cocok dipakai.

#### 4.2.3. Analisis Statistik Data

1. Uji Validitas

Untuk mengetahui Valid atau tidaknya suatu data instrument penelitian, maka perlu melakukan uji validitas. Pengujian menggunakan bantuan dengan SPSS versi 26.0. berikut hasil pengolahan data untuk semua pernyataan dalam instrument kualitas pelayanan yang terdiri dari 11 item pertanyaan, sebagai berikut:

**Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan**

Item	r Hitung	Sig.	Kesimpulan
KL1	0.712	0,000	Valid
KL2	0.770	0,000	Valid
KL3	0.731	0,000	Valid

**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Butik Syaf (Studi Kasus Butik Syaf Kemayoran Jakarta Pusat)**

KL4	0.626	0,000	Valid
KL5	0.716	0,000	Valid
KL6	0.768	0,000	Valid
KL7	0.760	0,000	Valid
KL8	0.781	0,000	Valid
KL9	0.706	0,000	Valid
KL10	0.583	0,000	Valid
KL11	0.629	0,000	Valid

Sumber: output SPSS, Diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas per item untuk kualitas pelayanan (KL) dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pada variabel kualitas pelayanan valid., karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,1975) atau jika dilihat dari signifikansinya, diperoleh sig. (0,000) <  $\alpha$  (0,05). Hal ini berarti berarti item-item pernyataan diatas dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan.

**Tabel 4.7 Uji Validitas Kualitas Produk**

Item	r Hitung	Sig.	Kesimpulan
KP1	0.747	0,000	Valid
KP2	0.648	0,000	Valid
KP3	0.767	0,000	Valid
KP4	0.652	0,000	Valid
KP5	0.823	0,000	Valid
KP6	0.824	0,000	Valid
KP7	0.794	0,000	Valid
KP8	0.656	0,000	Valid

Sumber: Output SPSS, diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas per item untuk kualitas produk (KP) diketahui bahwa seluruh indikator pada variabel kualitas pelayanan valid. karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,1975) atau jika dilihat dari signifikansinya, diperoleh sig. (0,000) <  $\alpha$  (0,05). Hal ini berarti berarti item-item pernyataan diatas dapat digunakan untuk mengukur kualitas produk.

**Tabel 4.8 Uji Validitas Harga**

Item	Rhitung	Sig.	Kesimpulan
H1	0.791	0,000	Valid
H2	0.786	0,000	Valid
H3	0.831	0,000	Valid
H4	0.764	0,000	Valid

Sumber: Output SPSS, diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas per item untuk Harga (H) diketahui bahwa seluruh indikator pada variabel kualitas pelayanan valid. karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,1975) atau jika dilihat dari signifikansinya, diperoleh sig. (0,000) <  $\alpha$  (0,05). Hal ini berarti berarti item-item pernyataan diatas dapat digunakan untuk mengukur Harga.

**Tabel 4.9 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan**

Item	Rhitung	Sig.	Kesimpulan
KK1	0.872	0,000	Valid
KK2	0.827	0,000	Valid
KK3	0.849	0,000	Valid

KK4	0.734	0,000	Valid
KK5	0.717	0,000	Valid

Sumber: Output SPSS, diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas per item untuk Kepuasan Pelanggan (KK) diketahui bahwa seluruh indikator pada variabel kualitas pelayanan valid. karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,1975) atau jika dilihat dari signifikansinya, diperoleh sig. (0,000) <  $\alpha$  (0,05). Hal ini berarti berarti item-item pernyataan diatas dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat dimana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Uji reliabilitas dilakukan dengan uji statistik *cronbach's alpha* dengan menggunakan software SPSS 26.0, dengan ketentuan yang dinyatakan uji signifikan reliabilitas dengan derajat kebebasan ( $\alpha = 0,05$ ).

**Tabel 4.10**

### Uji Reliabilitas untuk Variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Pelanggan

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	0,897	Reliabel
Kualitas Produk	0,879	Reliabel
Harga	0,802	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,854	Reliabel

Sumber: Output SPSS diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan semua variabel memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar lebih dari 0,60. Hal ini menunjukkan semua variabel reliabel, artinya instrumen penelitian yang digunakan akan menghasilkan data yang sama untuk mengukur obyek yang sama. Suatu konstruk dinyatakan reliabel jika memberikan *Cronbach's Alpha* > 0,60.

#### 4.2.4. Uji Hipotesis

##### 1. Uji Hipotesis Secara Parsial

Koefisien korelasi merupakan teknik statistik yang akan digunakan untuk mengetahui derajat pengaruh antar variabel, hasil pengolahan data dengan bantuan SPSS versi 26.0. Berdasarkan uraian dan penelitian terdahulu, maka pengembangan hipotesis sebagai berikut, diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Butik Syaf, maka akan diuraikan pada tabel berikut:

**Tabel 4.11**

### Koefisien Korelasi Parsial Kualitas Pelayanan (KL) terhadap kepuasan Pelanggan (kk)

		kualitas pelayanan	kepuasan pelanggan
kualitas pelayanan	Pearson Correlation	1	.990**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	97	97
kepuasan pelanggan	Pearson Correlation	.990**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	97	97

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS diolah (2020)

Hasil dari tabel 4.11. olah data yang diperoleh koefisien korelasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan adalah 0,990 dengan nilai sig. 0,000 <  $\alpha$  (0,05),

**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Butik Syaf (Studi Kasus Butik Syaf Kemayoran Jakarta Pusat)**

sehingga  $H_0$  ditolak. Hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa terdapat hubungan sangat kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Selanjutnya untuk mengukur besar kontribusi dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, digunakan koefisien determinasi sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= (r)^2 \times 100\% \\ &= (0,990)^2 \times 100\% \\ &= 0,9801 \times 100\% \\ KD &= 98,01\% \end{aligned}$$

Koefisien determinasi 98,01%, artinya kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah 98,01% dan sisanya 1,99% hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Suharyadi (2018) menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel 4.12**  
**koefisien Korelasi Parsial Kualitas Produk (KP) Terhadap Kepuasan K Pelanggan (KK)**

		Kualitas Produk	kepuasan pelanggan
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	.808**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	97	97
kepuasan pelanggan	Pearson Correlation	.808**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	97	97

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS diolah (2020)

Hasil dari tabel 4.12. olah data yang diperoleh koefisien korelasi antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan, adalah 0,808 dengan nilai sig. 0,000 <  $\alpha$  (0,05), sehingga  $H_0$  ditolak. Hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa terdapat hubungan sangat kuat antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan.

Selanjutnya untuk mengukur besar kontribusi dari pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, maka akan digunakan koefisien determinasi dengan rumus (KD) sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= (r)^2 \times 100\% \\ &= (0,808)^2 \times 10\% \\ &= 65,3\% \end{aligned}$$

koefisien determinasi 65,3%, artinya kontribusi kualitas produk terhadap variabelitas kepuasan pelanggan adalah 65,3% dan sisanya 34,7%. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sari (2020) dalam penelitiannya menyatakan Kualitas produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel 4.13**  
**Koefisien korelasi Parsial Harga (H) terhadap Kepuasan Pelanggan (KK)**

		harga	kepuasan pelanggan
Harga	Pearson Correlation	1	.658**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	97	97
kepuasan pelanggan	Pearson Correlation	.658**	1

	Sig. (2-tailed)	.000
	N	97

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS diolah (2020)

Hasil dari tabel 4.13. Olah data diperoleh koefisien korelasi antara harga dengan kepuasan pelanggan adalah 0,658 dengan nilai sig.  $0,000 < \alpha (0,05)$ , sehingga  $H_0$  ditolak. Hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa terdapat hubungan sangat kuat antara harga dengan kepuasan pelanggan.

Selanjutnya untuk mengukur besar kontribusi dari pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, maka akan digunakan koefisien determinasi dengan rumus (KD) sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= (r)^2 \times 100\% \\ &= (0,658)^2 \times 10\% \\ &= 43,3\% \end{aligned}$$

koefisien determinasi 43,3% artinya kontribusi harga terhadap kepuasan pelanggan adalah 43,3% dan sisanya 56,7%. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sulaeman (2018) menyatakan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## 2. Uji Hipotesis Simultan

Uji hipotesis secara simultan yaitu untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Butik Syaf dengan menggunakan software SPSS 26.0. maka akan di uraikan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.14 Model Summary dan uji Anova**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,986 <sup>a</sup>	,971	,970	,576

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1041,397	3	347,132	1047,132	,000 <sup>b</sup>
	Residual	30,830	93	,332		
	Total	1072,227	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber: Output SPSS diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas hasil yang diperoleh dari koefisien determinasi yang disesuaikan (adj. R square) adalah 0,970 yang artinya kontribusi pengaruh secara bersama-sama kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Butik Syaf adalah 97,0% dan sisanya 3% di pengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Dibandingkan nilai  $f_{hitung}$  dengan  $f_{tabel}$  adalah  $F_{hitung}$  (1047,132) lebih besar dari  $f_{tabel}$  (2,70) dan sig (0,000)  $< \alpha$  (0,05) sehingga dapat dinyatakan hipotesis hull ( $H_0$ ) ditolak.

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Butik Syaf (Studi Kasus Butik Syaf Kemayoran Jakarta Pusat)**

Dari hasil penelitian keseluruhan uji parsial maupun simultan, maka akan dirangkum dalam bentuk tabel sebagai berikut:

No	Hipotesis	Kesimpulan
1	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	Diterima
2	Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	Diterima
3	Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	Diterima
4	Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	Diterima

Dari tabel di atas yang merupakan rangkuman hasil uji hipotesis penelitian, di mana untuk hasil uji berdasarkan analisis koefisien korelasi secara parsial antara lain yaitu

1. Hipotesis pertama, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Butik Syaf. Hal ini sejalan dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Suharyadi (2018).
2. Hipotesis kedua, kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Butik Syaf. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2020).
3. Hipotesis ketiga, harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Butik Syaf. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulaeman (2018). Hipotesis keempat merupakan hasil uji berdasarkan analisis koefisien korelasi secara simultan yaitu Kualitas Pelayanan, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Butik Syaf hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulaeman (2018).

## **V. SIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan dianalisis data, sebagaimana yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruhnya dinyatakan signifikan secara statistik, dengan kontribusi pengaruhnya adalah 98,01%.
2. Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruhnya dinyatakan signifikan secara statistik, dengan kontribusi pengaruhnya adalah 65,3%.
3. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruhnya dinyatakan signifikan secara statistik, kontribusi pengaruhnya adalah 43,3%.
4. Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruhnya dinyatakan signifikan secara statistik, kontribusi pengaruhnya adalah 97,1%.

### **5.2. Saran**

1. Berdasarkan analisis indeks persepsi responden, ditemukan bahwa pernyataan KL3 mendapatkan indeks terendah untuk aspek kualitas pelayanan dengan pernyataan

karyawan Butik Syaf melayani dengan ramah, hal ini mengidentifikasi sebagian responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Ada kemungkinan responden menilai pegawai tidak ramah, apabila hal ini tidak diperhatikan dikhawatirkan akan mempengaruhi kepuasan berbelanja di Butik Syaf, oleh karena itu penulis menyarankan pihak manajemen pengelola Butik Syaf lebih memperhatikan lagi aspek keramahan, banyak hal yang dapat dilakukan untuk memperbaiki kinerja karyawan, misalnya memberikan pelatihan dan menambah wawasan terkait dengan aspek-aspek pelayanan yang baik. Indeks terendah untuk aspek kualitas produk adalah KP 5 dengan pernyataan kualitas pada produk-produk fashion Butik Syaf tidak mudah luntur, sebagian responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Penulis menyarankan kepada pihak pengelola Butik Syaf lebih memperhatikan pengendalian mutu (*Quality control*) sebelum produk-produk dipasarkan dan memberikan jaminan terhadap produk yang dijual serta berkomitmen untuk kebijakan barang yang rusak, dengan menggunakan cara jika barang yang dibeli rusak barang dapat ditukar. Pernyataan H3 mendapatkan indeks terendah untuk aspek Harga dengan pernyataan Harga sebanding dengan pakainya, sebagian responden tidak setuju, kemungkinan responden menilai harga yang ditawarkan tidak sebanding dengan produk yang didapaknya, penulis menyarankan kepada pengelola Butik Syaf untuk lebih memperhatikan lagi strategi penetapan harga agar harga yang ditawarkan kepada pelanggan sesuai dengan apa yang didapat oleh pelanggan.

#### DAFTAR REFERENSI

- Arikunto, S. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fandy Tjiptono, Ph.D. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 5 Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, L. P. 2016. The Effect of Product Quality and Delivery Service on Online-Customer Satisfaction in Zalora Indonesia. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1).
- Novretha, V. 2018. Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada on market go+ surabaya. *Jurnal ilmu dan riset manajemen (jirm)*, 7(10)
- Redian, R. 2018. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada reli boutique metro. *Derivatif: jurnal manajemen*, 12(2).
- Riduwan & Akdon (2015). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: ALFABETA
- Roselina, M. A., & Niati, A. 2019. Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen elsa hijab semarang. *Solusi*, 17(3).
- Sanndy 2020, Menperin Beberkan Potensi dan Peluang IKM Fesyen Muslim Nasional. Dipublikasikan 10 Mei, 2020 <https://www.inanews.co.id/2020/05/menperin-beberkan-potensi-dan-peluang-ikm-fesyen-muslim-nasional/>
- Sari, D. A. T., & Giantari, I. G. A. K. 2020. Role of consumer satisfaction in mediating effect of product quality on repurchase intention. *International research journal of management, IT and social sciences*, 7(1), 217-226.
- Sitompul, E. S. 2020. "The Effect of Servicescape and Perceived Service Quality on Customer Loyalty through Customer Satisfaction in Consumer Clothing in Medan Petisah Market" . *International Journal of Research and Review*.
- Suharyadi, D. 2018 "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Yoehan Wanaherang Bogor." *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer)* 3, no. 2 (2018): 289-296.

**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Butik Syaf (Studi Kasus Butik Syaf Kemayoran Jakarta Pusat)**

---

- Sulaeman, M. M. 2018. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada merek cardinal di ramayana bungurasih sidoarjo. *Jpim (jurnal penelitian ilmu manajemen)*, 3(3), 747-822.
- Supardi. 2017. Statistik Penelitian Pendidikan. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Supranto, 2012, Statistik Teori dan Aplikasi, Cetakan Kedua, Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D). Bandung: Alfabeta
- Kotler, Philip. Gary Armstrong. 2016. Principles od Marketing. 16thEdition. Pearson: England.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane 2016. Marketing Management 15thEdition.New Jersey: Prentice Hall

