

PENGARUH KUALITAS
PELAYANAN, PRICE DAN PLACE
TERHADAP KEPUASAN SISWA DI
PUJASERA SMK NEGERI 1
LAMONGAN (Studi Kasus
Siswa/i Kelas XII SMK Negeri 1
Lamongan)

by Author 6

Submission date: 14-Sep-2022 09:51PM (UTC+0700)

Submission ID: 1899666008

File name: LAMONGAN_Studi_Kasus_Siswa_Kelas_XII_SMK_Negeri_1_Lamongan.pdf (739.88K)

Word count: 4149

Character count: 25146

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRICE DAN PLACE TERHADAP
KEPUASAN SISWA DI PUJASERA SMK NEGERI 1 LAMONGAN
(Studi Kasus Siswa/i Kelas XII SMK Negeri 1 Lamongan)**

Indah Nur Nafsiyah, Darianto, Ardhiyasyah Ahsanul Hayat
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KH. Ahmad Dahlan Lamongan
E-mail: indahnurnafsiyah282013@gmail.com

ABSTRACT

The research method used is a quantitative method. Data collection instruments using a questionnaire. This research was conducted in the Public Food Court of SMK Negeri 1 Lamongan. The population of this study was determined by all students of class XII SMK Negeri 1 Lamongan. The research sample was determined from several classes XII that obtained 90 samples and used accidental sampling. All statements are valid, reliable and normal. The results showed that the effect of service quality had no significant effect on student satisfaction. As for Price and Place, there is a significant influence on Student Satisfaction. And for the overall results of the influence of Service Quality, Price and Place on Student Satisfaction in the Public Food Court 1 Lamongan the results obtained are significant. The conclusion of this study is the quality of service does not have a significant effect on student satisfaction in the Public Food Court 1 Lamongan, while Price and Place affect on Student Satisfaction.

Keywords: Service quality, Price, Place and Student Satisfaction

PENDAHULUAN

Dunia usaha khususnya pada bagian pemasaran, saat ini mengalami persaingan yang semakin meningkat. Pemasaran mempengaruhi hampir semua segi di kehidupan sehari-hari dan memegang peranan yang sangat besar dalam pertumbuhan perdagangan. Sehingga penting bagi masa depan usaha. Konsep pemasaran menempatkan pembeli sebagai pusat kegiatan pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan dan keinginan pembeli harus dimasukkan ke dalam produk yang ditawarkan oleh pedagang. Sedangkan pembeli dengan sumber-sumber yang terbatas akan memaksimalkan kepuasan mereka. Bagi pedagang melakukan

pemasaran tidak hanya sekedar menjual dan mencari keuntungan semata, tetapi lebih mengarah pada pemenuhan kebutuhan dan kepuasan konsumen. Seiring perkembangan zaman dan perubahan lingkungan yang terjadi setiap saat akan membawa perubahan terhadap perilaku kehidupan manusia baik secara individual maupun sosial. Termasuk membawa pengaruh terhadap perilaku dan pola hidup konsumen dalam memilih suatu produk, pelayanan dan tempat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan meningkatnya kebutuhan hidup, salah satu usaha perdagangan yang keberadaannya sangat dibutuhkan oleh siswa pada saat ini

adalah usaha di bidang makanan dan minuman.

²¹ Disini perilaku konsumen merupakan hal yang sangat penting guna menarik dan mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, karena dengan memahami perilaku konsumen dapat memberikan petunjuk mengenai bagaimana cara ⁹ memenuhi selera pembeli agar dapat memberikan kepuasan terhadap konsumennya. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli, harga yang terjangkau oleh semua siswa, kualitas produk yang baik, maupun pemilihan tempat yang sudah tersedia di Pujasera SMK Negeri 1 Lamongan.

⁶ Menurut Kotler (2010:138) secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terbentuk adalah *the expectancy disconfirmation models*, yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.

⁴ Kepuasan siswa merupakan faktor yang sangat penting bagi keberlangsungan dan perkembangan perusahaan. Saat ini kesadaran perusahaan akan pentingnya kepuasan konsumen semakin

meningkat dan menjalankan strategi-strategi guna meningkatkan kepuasan konsumen. Kepuasan siswa merupakan evaluasi purnabeli dimana sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

¹⁷ Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Lupiyoadi dan Hamdani 9 (2009:65) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang baik ber⁴at lebih besar terhadap kepuasan pelanggan. Baik atau tidaknya kualitas pelayanan bergantung pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan dan menangani keluhan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat dikatakan memuaskan apabila layanan yang diberikan perusahaan sesuai atau melebihi harapan yang dimiliki oleh konsumen.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan ³ konsumen adalah harga (*price*). Menurut Kotler dan Ketler (2007:156), Harga (*price*) adalah jumlah uang (kemungkinan ditimbang beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Harga (*price*) merupakan salah satu indikator pembanding bagi konsumen dalam memilih barang atau jasa. Kesesuaian harga yang ditawarkan dan perusahaan dengan produk atas jasa yang ditawarkan akan menciptakan kepuasan konsumen. Apabila ada beberapa produk atau jasa dengan kualitas yang sama

namun dengan harga yang berbeda maka konsumen akan cenderung memilih barang atau jasa dengan harga (*price*) yang lebih terjangkau.

Faktor ketiga yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah tempat (*place*). Memilih tempat (*place*) berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus menarik pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya. Pemilihan tempat (*place*) mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Pemilihan lokasi harus mempertahankan potensi pasar yang tersedia di sekitar lokasi tersebut. Menurut Basu Swasta dan Irawan (2003:339), Tempat (*place*) adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Jadi tempat (*place*) adalah hal yang sangat penting dengan menyalurkan produk dari produsen ke konsumen, dimana tempat (*place*) harus diperhatikan oleh produsen yang mempunyai akibat yang cukup fatal apabila tidak diperhatikan dan direncanakan secara matang.

Pujasera sekolah adalah suatu tempat atau pelayanan yang menyediakan berbagai jenis kebutuhan siswa seperti makanan dan minuman serta tempat yang luas dan untuk mengkonsumsinya tidak harus berada di dalamnya melainkan sudah disediakan tempat yang nyaman di depan Stand.

Kendala yang sering dihadapi oleh pihak manajemen Pujasera dalam membuat dan menerapkan strategi pemasarannya adalah terlalu

banyaknya pesaing di kawasan lingkungan SMK Negeri 1 Lamongan dan kurangnya informasi yang akurat mengenai perilaku konsumen, sehingga manajemen perlu mencari dan mengumpulkan informasi tentang konsumen agar dapat menarik dan mempertahankan pembeli untuk menggunakan produk yang dijual belikan. Saat ini berbagai macam persaingan yang timbul di lingkup sekolah, seperti adanya Koperasi, minimarket dan beberapa jurusan di SMK Negeri Lamongan juga membuka usaha jual beli makanan dan minuman. Dengan semakin banyak dijumpai persaingan di lingkup sekolah ini, maka keberadaannya ditengah-tengah siswa menjadi semakin penting. Hal ini disebabkan karena adanya perubahan cara pandang konsumen terhadap setiap kualitas pelayanan, harga dan tempat itu sendiri. Kadang siswa pergi berbelanja tanpa memandang produk yang spesifik dalam pikirannya, tetapi hanya sekedar keinginan untuk keluar dari kelas, melihat-lihat atau menghabiskan waktu senggang.

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara *parsial* terhadap kepuasan siswa di Pujasera SMK Negeri 1 Lamongan (Studi Kasus Siswa/i Kelas XII SMK Negeri 1 Lamongan)?
2. Apakah *price* berpengaruh secara *parsial* terhadap kepuasan siswa di Pujasera SMK Negeri 1 Lamongan (Studi Kasus Siswa/i Kelas XII SMK Negeri 1 Lamongan)?

3. Apakah *place* berpengaruh secara *parsial* terhadap kepuasan siswa di Pujasera SMK Negeri 1 Lamongan (Studi Kasus Siswa/i Kelas XII SMK Negeri 1 Lamongan)?
4. Apakah kualitas pelayanan, *price* dan *place* berpengaruh secara *simultan* terhadap kepuasan siswa di Pujasera SMK Negeri 1 Lamongan (Studi Kasus Siswa/i Kelas XII SMK Negeri 1 Lamongan)?

23 TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara *parsial* terhadap kepuasan siswa di Pujasera SMK Negeri 1 Lamongan (Studi Kasus Siswa/i Kelas XII SMK Negeri 1 Lamongan) dalam melakukan pembelian.
2. Untuk mengetahui apakah *price* berpengaruh secara *parsial* terhadap kepuasan siswa di Pujasera SMK Negeri 1 Lamongan (Studi Kasus Siswa/i Kelas XII SMK Negeri 1 Lamongan) dalam melakukan pembelian.
3. Untuk mengetahui apakah *place* berpengaruh secara *parsial* terhadap kepuasan siswa di Pujasera SMK Negeri 1 Lamongan (Studi Kasus Siswa/i Kelas XII SMK Negeri 1 Lamongan) dalam melakukan pembelian.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, *price* dan *place* berpengaruh secara *simultan* terhadap kepuasan siswa di Pujasera SMK Negeri 1 Lamongan (Studi Kasus Siswa/i Kelas XII SMK Negeri 1

Lamongan) dalam melakukan pembelian.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan (X₁) Pengertian Kualitas Pelayanan

14 Menurut Lewis and Booms dalam Tjiptono (2008:85) Kualitas pelayanan merupakan isu krusial bagi setiap perusahaan, apapun bentuk produk yang dihasilkan. Kualitas pelayanan secara sederhana bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi 27 konsumen.

Menurut Wyckof dalam Tjiptono (2000:59) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Manfaat Kualitas Pelayanan

Menurut Griffin (1991) dalam Helmi (2010:216) mengemukakan keuntungan-keuntungan yang dapat diperoleh pedagang apabila konsumen yang loyal antara lain:

- a. Mengurangi biaya pemasaran (karena biaya untuk menarik konsumen baru lebih mahal).
- b. Mengurangi biaya transaksi.
- c. Meningkatkan biaya *turn over* konsumen (karena penggantian konsumen yang lebih sedikit).
- d. Meningkatkan penjualan silang yang akan memperbesar pangsa pasar.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2008:96) ada tujuh penyebab baik buruknya kualitas pelayanan, yaitu :

- 8 a. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan.
- b. Intensitas tenaga kerja yang tinggi.
- c. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai.
- d. Gap komunikasi.
- e. Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama.
- f. Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan.
- g. Visi bisnis jangka pendek.

Indikator-indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Lupioadi (2006:148) indikator-indikator kualitas pelayanan dibagi sebagai berikut :

- a. Bukti fisik (*Tangibles*)
- b. Keandalan (*Reability*)
- c. Tanggapan (*Responsiveness*)
- d. Jaminan (*Assurance*)
- e. Kepedulian (*Emphaty*)

Price (X₂)

Pengertian Price

Menurut Kotler dan Keller (2007:77) *Price* adalah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan yang lainnya menghasilkan biaya.

24 Menurut Payne (2007:28) mengatakan bahwa *Price* adalah harga yang dibayar dan cara-cara atau syarat-syarat yang berhubungan dengan penjualannya.

Tujuan Penetapan Price

Menurut Saladin (2013:142) tujuan penetapan *Price* antara lain :

- a. Bertahan hidup (*survival*).
- b. Maksimalisasi laba jangka pendek (*maximum current profit*).
- c. Maksimalisasi hasil penjualan (*maximum current revenue*).
- d. Menyaring pasar secara maksimal (*maximum market skimming*).

Faktor – Faktor Penetapan Price

Menurut Kotler dan Amstrong (2013:97) berpendapat bahwa ada empat dalam pendekatan dalam penetapan *Price* yaitu :

- a. Strategi harga premium.
- b. Strategi ekonomi.
- c. Strategi nilai baik.
- d. Strategi penetapan harga tinggi.

Indikator-Indikator Price

30 Menurut Stanton (1998:308), ada empat indikator *Price* yaitu :

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat

Place (X₃)

Pengertian Place

Menurut Luoyadi (2001), *Place* merupakan keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. *Place* adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba (Basu Swasta dan Irawan (2003:339).

Indikator-indikator *Place*

Menurut Kotler (2009:84) adapun indikator-indikator yang harus dipertimbangkan dalam menentukan *Place* antara lain:

- a. Akses.
- b. Visibilitas.
- c. Tempat parkir yang luas.
- d. Ekspansi.
- e. Lingkungan.

Pentingnya *Place*

Menurut Levy dan Weitz (2007:185) mengatakan bahwa pemilihan *Place* sangat penting dikarenakan :

- a. *Place* merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pemilihan *took* atau penyedia jasa yang mereka inginkan.
- b. Pemilihan tempat merupakan hal yang terpenting karena faktor ini biasanya digunakan untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang mapan.

Karakteristik *Place*

Menurut Purnama (2011:75) ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dalam letak atau tempat yang akan dibuka atau didirikan yaitu :

- a. Lalu lintas pejalan kaki.
- b. Lalu lintas kendaraan.
- c. Fasilitas parkir.
- d. Transportasi umum.

Kepuasan Siswa (Y) Pengertian Kepuasan Siswa

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau

hasil dari sebuah produk yang di pikirkan terhadap kinerja atau hasil yang di harapkan (Kotler dan Keller, 2009:138).

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya (Supranto, 2006:233).

Konsep Kepuasan Siswa

1. Strategi Kepuasan Siswa
2. Penyebaran Fungsi Kualitas (*Quality Function Deploymen*)

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Siswa

Menurut Yoety (2013:61) usaha mengembangkan kepuasan siswa dapat diukur dengan tiga hal antara lain :

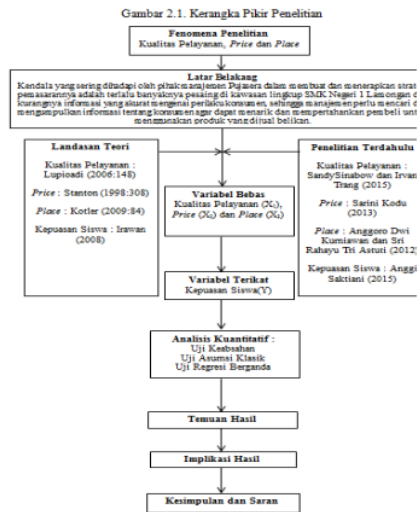
- a. Produk (*product*)
- b. Pelayanan (*service*)
- c. Penyampaian (*delivery*)

Indikator-indikator Kepuasan Siswa

Menurut Irawan (2008) indikator-indikator kepuasan siswa antara lain :

- a. Perasaan puas
- b. Selalu membeli produk atau memakai jasanya
- c. Akan merekomendasikan kepada orang lain
- d. Terpenuhinya harapan konsumen setelah membeli produk atau memakai jasanya

KERANGKA PIKIRAN



Konsep Hipotesis

- 8
- H₁ : Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan siswa di Pujasera SMK Negeri 1 Lamongan (Studi Kasus Siswa/i Kelas XII SMK Negeri 1 Lamongan).
- H₂ : Terdapat pengaruh positif price secara parsial terhadap kepuasan siswa di Pujasera SMK Negeri 1 Lamongan (Studi Kasus Siswa/i Kelas XII SMK Negeri 1 Lamongan).
- H₃ : Terdapat pengaruh positif place secara parsial terhadap kepuasan siswa di Pujasera SMK Negeri 1 Lamongan (Studi Kasus Siswa/i Kelas XII SMK Negeri 1 Lamongan).
- H₄ : Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan, price dan place secara simultan

terhadap kepuasan siswa di Pujasera SMK Negeri 1 Lamongan (Studi Kasus Siswa/i Kelas XII SMK Negeri 1 Lamongan).

22 METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Dalam penelitian survei, informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuisioner. Penelitian ini dilakukan di Pujasera SMK Negeri 1 Lamongan, Jalan Panglima Sudirman No. 84, Lokumpul, Lamongan.

Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 500 siswa kelas XII SMK Negeri 1 Lamongan yang melakukan pembelian di Pujasera.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *Non Probability Sampling*. *Accidental Sampling* merupakan pemilihan sampel dari siapa saja yang kebetulan ada atau dijumpai oleh peneliti.

Model yang digunakan adalah rumus menurut Ferdinand (2014:109). Ukuran sampel yang harus dipenuhi dalam model ini adalah minimum berjumlah 100 dan selanjutnya perbandingan 5 observasi untuk setiap *estimated parameter* (Ferdinand, 2014:109).

“Pada penelitian ini menggunakan 18 *estimated parameter* (indikator) sehingga jumlah sampel yang digunakan yaitu $5 \times 18 = 90$ sampel. Jadi jumlah Sampel dalam penelitian ini sebanyak 90”.

Teknik Analisa Data

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis regresi dua indikator atau analisis berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Kualitas Pelayanan, *Price* dan *Place* terhadap Kepuasan Siswa di Pujasera SMK Negeri 1 Lamongan. Adapun persamaan regresi linier bergandanya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Y = Kepuasan Siswa

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi dan kualitas pelayanan

b₂ = Koefisien regresi dan *price*

b₃ = Koefisien regresi dari *place*

X₁ = Kualitas pelayanan

X₂ = *Price*

X₃ = *Place*

e = error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan perhitungan regresi berganda dengan menggunakan program SPSS didapat hasil sebagai berikut:

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,149	2,457		2,095	,039
Kualitas_pelayanan_x1	,094	,122	,080	,772	,448
Price_x2	,232	,111	,234	2,093	,039
Place_x3	,423	,127	,370	3,322	,001

a. Dependent Variable: Kepuasan_siswa_Y

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi yang terbentuk yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 5,149 + 0,094X_1 + 0,232X_2 + 0,423X_3 + e$$

Dimana

Y = Kepuasan Siswa

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi dan kualitas pelayanan

b₂ = Koefisien regresi dan *price*

b₃ = Koefisien regresi dari *place*

X = Kualitas pelayanan

X₁ = *Price*

X₂ = *Place*

X₃ = *Place*

e = error

Dapat diketahui bahwa:

1. Nilai variabel dependen Kepuasan Siswa (Y) dapat dilihat dari nilai konstantanya sebesar 5,149 dengan catatan jika variabel independen Kualitas pelayanan, *Price* dan *Place* tetap.
2. Variabel Kualitas pelayanan (X₁) terhadap Kepuasan Siswa (Y) apabila dilihat dari besarnya koefisien regresi 0,094 maka dapat diartikan apabila Kualitas pelayanan naik sebesar 1 poin, maka Kepuasan Siswa akan naik sebesar 0,094 poin dengan catatan variabel *Price* dan *Place* tetap.
3. Variabel *Price* (X₂) terhadap Kepuasan Siswa (Y) apabila dilihat dari besarnya koefisien

regresi 0,232 maka dapat diartikan apabila Kualitas pelayanan naik 1 poin, maka Kepuasan Siswa akan naik sebesar 0,232 poin dengan catatan variabel Kualitas pelayanan dan *Place* tetap.

4. Variabel *Place* (X_3) terhadap Kepuasan Siswa (Y) apabila dilihat dari besarnya koefisien regresi 0,423 maka dapat diartikan apabila Kualitas pelayanan naik 1 poin, maka Kepuasan Siswa akan naik sebesar 0,423 poin dengan catatan variabel Kualitas pelayanan dan *Price* tetap.

Uji t (pengujian hipotesis secara parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara Kualitas pelayanan (X_1), *Price* (X_2) dan *Place* (X_3) terhadap Kepuasan Siswa (Y) secara individual atau parsial mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak. Berikut ini hasil perhitungan uji t:

Uji t

Variabel	t hitung	t tabel	Keterangan
X_1	0,772	1,987	Tidak signifikan
X_2	2,093	1,987	Signifikan
X_3	3,322	1,987	Signifikan

Dilihat dari tabel diatas, menunjukkan bahwa X_1 memiliki $t_{hitung} < t_{tabel}$ sedangkan X_2 dan X_3 memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$. Dapat disimpulkan bahwa X_1 berpengaruh tidak signifikan terhadap Y secara parsial sedangkan X_2 dan X_3 berpengaruh signifikan terhadap Y secara parsial. Adapun langkah-langkah dalam uji t adalah :

a) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Siswa (Y)

1. Nilai $t_{hitung} = 0,772$

Tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ dengan derajat bebas (*degree of freedom/df*) = $(n-2) = 90 - 2 = 88$

$$t_{tabel} = \alpha / 2 = (5\% : 2) = 0,025. (0,025 ; 88) \approx 1,987$$

Jadi, $t_{tabel} 0,025 \approx 1,987$

Jadi, $t_{hitung} = 0,772 < 1,987 = t_{tabel}$

2. Kesimpulan :

Karena t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas pelayanan (X_1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Siswa (Y).

b) Pengaruh *Price* (X_2) terhadap Kepuasan Siswa (Y)

1. Nilai $t_{hitung} = 2,093$

Tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ dengan derajat bebas (*degree of freedom/df*) = $(n-2) = 90 - 2 = 88$

$$t_{tabel} = \alpha / 2 = (5\% : 2) = 0,025. (0,025 ; 88) \approx 1,987$$

Jadi, $t_{tabel} 0,025 \approx 1,987$

Jadi, $t_{hitung} = 2,093 > 1,987 = t_{tabel}$

2. Kesimpulan :

Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Price* (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Siswa (Y).

c) Pengaruh *Place* (X_3) terhadap Kepuasan Siswa (Y)

1. Nilai $t_{hitung} = 3,322$

Tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ dengan derajat bebas (*degree of freedom/df*) = $(n-2) = 90 - 2 = 88$
 $t_{tabel} = \alpha / 2 = (5\% : 2) = 0,025$.
 $(0,025 ; 88) \approx 1,987$
 Jadi, $t_{tabel} 0,025 \approx 1,987$
 Jadi, $t_{hitung} = 3,322 > 1,987 = t_{tabel}$

2. Kesimpulan :

Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Place* (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Siswa (Y).

Uji simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini disertakan pengujian serentak/simultan (Uji F) untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu : Kualitas pelayanan (X_1), *Price* (X_2) dan *Place* (X_3) secara serentak atau secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Siswa (Y). Untuk itu dalam penelitian ini disertakan uji F seperti yang terlihat dalam tabel sebagai berikut ini :

Hasil Uji F

ANOVA ^b				
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F
1 Regression	264,047	3	88,016	15,137
Residual	500,053	86	5,815	
Total	764,100	89		

a. Predictors: (Constant), *Place_x3*, *Kualitas_pelayanan_x1*, *Price_x2*

b. Dependent Variable: *Kepuasan_siswa_Y*

Dilihat dari tabel diatas diperoleh gambaran bahwa nilai F_{hitung} sebesar 15,137 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2,71. Angka ini didapat dari tabel F dengan nilai v_1 sebesar 3 sebagai

residual dan v_2 sebesar 86 sebagai df (derajat kebebasan) dengan taraf kesalahan 0,05 (5%). Oleh karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$ ($15,137 > 2,71$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel X_1 , X_2 dan X_3 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap (Y).

Adapun langkah – langkah dalam uji F adalah :

1. Nilai $F_{hitung} = 15,137$
 F_{tabel} (df pembilang/k ; df penyebut = $n-(k+1)$; $\alpha = 5\%$
 $F = n - (k+1) = 90 - (3+1) = 90 - 4 = 86$

$F_{tabel} (3; 86; 0,05) = 2,71$
 Jadi, $F_{hitung} = 15,137 > 2,71 = F_{tabel}$

2. Kesimpulan

Karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$ ($15,137 > 2,71$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas pelayanan (X_1), *Price* (X_2) dan *Place* (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Siswa (Y).

Analisis Koefisien Determinasi

Hasil uji determinasi *adjusted R²* dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi pada tabel dibawah sebagai berikut :

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,588 ^a	,346	,323	2,411

a. Predictors: (Constant), *Place_x3*, *Kualitas_pelayanan_x1*, *Price_x2*

b. Dependent Variable: *Kepuasan_siswa_Y*

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan oleh angka R sebesar 0,588. Untuk nilai *R Square* sebesar 0,346. Kemudian dilihat dari nilai *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa besarnya pengaruh antar variabel sebesar 0,323 yang berarti bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas pelayanan, *Price* dan *Place* terhadap Kepuasan Siswa sebesar 32,3% sedangkan sisanya 67,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Dilihat dari variabel kepuasan siswa yang diteliti di atas sesuai dengan tabel diperoleh nilai *Adjusted R Square* terdapat pengaruh antara Kualitas pelayanan, *Price* dan *Place* terhadap Kepuasan Siswa sebesar 32,3% sedangkan sisanya 67,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dilihat dari model pengujian anova pada tabel dapat dianalisis bahwa seluruh variabel secara keseluruhan dapat dinilai mampu menerangkan Kepuasan Siswa, hal ini dapat dijelaskan karena nilai signifikan dari pengujian secara keseluruhan atau simultan mempunyai nilai $< 0,05$. Dari model ini di dapat kesimpulan bahwa model ini dinilai layak.

Dapat dilihat dari variabel Kualitas pelayanan, *Price* dan *Place*, ada satu yang tidak signifikan terhadap Kepuasan Siswa dan ada dua yang signifikan terhadap Kepuasan Siswa, sehingga dapat dijelaskan tiap variabel sebagai berikut :

1. Dari variabel Kualitas pelayanan tidak terdapat pengaruh positif terhadap Kepuasan Siswa yang berarti dengan meningkatnya variabel Kualitas pelayanan sebesar satu poin maka Kepuasan Siswa akan naik 0,094 poin dengan catatan variabel *Price* dan *Place* tetap. Sesuai dengan teori menurut Lewis and Booms dalam Tjiptono, Kualitas pelayanan merupakan isu krusial bagi setiap perusahaan, apapun bentuk produk yang dihasilkan. Kualitas pelayanan secara sederhana bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Dari hasil penelitian, diketahui bahwa kualitas pelayanan hasilnya tidak signifikan, maka dari itu siswa tidak melihat adanya kualitas pelayanan yang baik dari pujasera. Sehingga kualitas pelayanan harus lebih ditingkatkan lagi seperti keramahan penjual, kecepatan melayani dan memperhatikan kepuasan siswa itu sendiri.
2. Dari variabel *Price* terdapat pengaruh positif terhadap Kepuasan Siswa yang berarti dengan meningkatnya variabel *Price* sebesar satu poin maka Kepuasan Siswa akan naik 0,232 poin dengan catatan variabel Kualitas pelayanan dan *Place* tetap. Sesuai dengan teori menurut Tjiptono, bahwa *Price* merupakan bauran harga berkenaan dengan strategi dan taktis seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, dan tingkat

diskriminasi harga diantara berbagai kelompok konsumen. Dari hasil penelitian, *Price* yang ditawarkan sangat berpengaruh sebab harga yang ditawarkan sangat bersesuaian dan terjangkau oleh siswa. Respon positif atau loyalitas yang diberikan konsumen merupakan hasil dari kepuasan akan suatu produk atau jasa yang dibeli. Semakin baik harga yang ditawarkan dan disesuaikan dengan kualitas yang ada maka akan berpengaruh positif terhadap perusahaan dan meningkatkan kepuasan serta minat pembelian ulang di masa depan.

3. Dari variabel *Place* terdapat pengaruh positif terhadap Kepuasan Siswa yang berarti dengan meningkatnya variabel *Place* sebesar satu poin maka Kepuasan Siswa akan naik 0,423 poin dengan catatan variabel Kualitas pelayanan dan *Price* tetap. Sesuai dengan teori menurut Luoyadi, *Place* merupakan keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. *Place* adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Dari hasil penelitian, bahwa *Place* sendiri mempengaruhi daya beli dari setiap siswa. Karena dengan tempat yang luas, kebersihan yang dijaga akan mempunyai daya tarik tersendiri bagi siswa yang melakukan transaksi di pujasera.

KESIMPULAN DAN SARAN

28

Kesimpulan secara parsial Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan siswa. Secara parsial *Price* dan *Place* berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan siswa. Secara simultan Kualitas Pelayanan, *Price* dan *Place* berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan siswa. Di antara ketiga variabel Kualitas Pelayanan, *Price* dan *Place*, *Place* yang mempunyai pengaruh yang paling signifikan terhadap Kepuasan siswa.

Saran dari penelitian diharapkan kepuasan siswa ini lebih diperbaiki dalam pelayanan, sikap dan yang diharapkan oleh siswa di waktu yang akan datang, dan untuk *Price* dan *Place* harus ditingkatkan lagi dalam memperhatikan kepuasan siswa dan mempertahankannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu, Swasta dan. Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Basu, Swasta. (2003). *Teori Penjualan Edisi I Cetakan ke Tiga Belas*. Jakarta : LP3ES.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen. Edisi 5*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, H.D. (1995). *Fungal Physiology. Jhon Wiley and Sons, Inc. New York*.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2007). *Manajemen Pemasaran Jilid I ed.12*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. (2013). *Principles Of Marketing, Global Edition, 14 Edition, Pearson Education*.

- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran. Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. Terjemahan.* Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2010). *Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa. Indonesia. Jilid 1 dan 2.* Jakarta : Erlangga.
- Levy & Weitz. (2001). *Retailing Management, 4th edition. New York: Mc.GrawHill, Irwin.*
- Lupiyoadi, Rambat, dan A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua.* Jakarta; Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat, dan A. Hamdani. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek. Edisi Pertama.*
- Purnama, Hadi. (2011). *Media Sosial di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication. Jakarta : Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana. Pp 107-124.*
- Saladin, Djaslim. (2013). *Manajemen Pemasaran.* Bandung : Alfabeta.
- Stanton, William J. (1998). *Prinsip Pemasaran. Edisi ketujuh, Jilid 1.* Jakarta : Erlangga.
- Supranto. (2006). *Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan atau Konsumen.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Manajemen Jasa, Edisi Kedua.* Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi II Cetakan Ketiga.* Yogyakarta: Andi Offset.

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRICE DAN PLACE TERHADAP KEPUASAN SISWA DI PUJASERA SMK NEGERI 1 LAMONGAN (Studi Kasus Siswa/i Kelas XII SMK Negeri 1 Lamongan)

ORIGINALITY REPORT

14,5%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.scribd.com Internet Source	1%
2	digilib.unmuhjember.ac.id Internet Source	0,5%
3	jurnal.pancabudi.ac.id Internet Source	1%
4	etheses.iainmadura.ac.id Internet Source	0,5%
5	eprints.poltektegal.ac.id Internet Source	0,5%
6	repository.umsu.ac.id Internet Source	1%
7	repository.trisakti.ac.id Internet Source	0,5%
8	repository.uhamka.ac.id Internet Source	0,2%

9	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	0,5%
10	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	0,3%
11	www.neliti.com Internet Source	0,5%
12	www.journal.stieamkop.ac.id Internet Source	0,5%
13	docobook.com Internet Source	0,5%
14	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	0,5%
15	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	0,5%
16	jom.unpak.ac.id Internet Source	0,4%
17	ejournal.ust.ac.id Internet Source	0,2%
18	journal.trunojoyo.ac.id Internet Source	0,5%
19	eprints.ums.ac.id Internet Source	0,2%
20	text-id.123dok.com Internet Source	0,3%

21	eprints.stainkudus.ac.id Internet Source	0,5%
22	Submitted to IAIN Kudus Student Paper	0,3%
23	eprints.uniska-bjm.ac.id Internet Source	0,5%
24	jurnal.ensiklopediaku.org Internet Source	0,4%
25	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	0,5%
26	eprints.dinus.ac.id Internet Source	0,5%
27	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	0,5%
28	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	0,3%
29	ejournal.unesa.ac.id Internet Source	0,5%
30	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	0,4%

Exclude bibliography On