

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI AUFA
DEKORASI RIAS PENGANTIN BINJAI**

***THE INFLUENCE OF PRICE AND QUALITY SERVICE TO
CUSTOMER SATISFACTION AUFA BRIDAL MAKEUP
DECORATION BINJAI***

Eka Pranata Sinulingga¹⁾, Samuel T. U.A Ginting²⁾

¹⁾ Mahasiswa Prodi Manajemen, SOSHUM, Universitas Quality

²⁾ Dosen Prodi Manajemen, SOSHUM, Universitas Quality

Jl. Ringroad – Ngumban Surbakti No. 18 Medan, Kode Pos 1234, Indonesia

ekapratama1227@gmail.com, samuelginting81@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Aufa Dekorasi Rias Pengantin. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Aufa Dekorasi Rias Pengantin. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel adalah 60 orang. Pengolahan data dilakukan dengan SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang di buktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2,140 > t_{tabel} 2,001$ dan untuk Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen yang dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $5,178 > t_{tabel} 2,001$. Sedangkan secara simultan variabel Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, dibuktikan dengan hasil perhitungan $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu sebesar $93,256 > f_{tabel} 2,77$, yang artinya secara simultan variabel Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga Dan Kualitas Pelayanan memberikan kontribusi sebesar 75,8% terhadap kepuasan konsumen sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the influence of prices and Quality Service to Customer Satisfaction Aufa Bridal Makeup Decoration. This research is a type of quantitative research that aims to analyze the relationship between one variable and another or how a variable affects other variables. The population in this study were consumers of Aufa Bridal Makeup Decorations. The sampling method uses a quantitative method with a total sample of 60 people. Data processing was carried out on SPSS version 22. The results of this study partially show that price has an effect on Satisfaction consumers who proved with $t_{count} > t_{table}$ of $2.140 > t_{table} 2.001$ and for service quality has an effect on

consumer satisfaction as evidenced by $t_{count} > t_{table}$ of $5.178 > t_{table}$ 2,001. Meanwhile, the price and service quality variables simultaneously influence consumer satisfaction, as evidenced by the calculation results $count > f_{table}$ that is equal to $93.256 > f_{table}$ 2.77. which means simultaneously the price and service quality variables affect consumer satisfaction. Based on the results of the research conducted, it can be concluded that the variables Price and Service Quality contribute 75.8% to Consumer Satisfaction while the rest is influenced by other variables.

Keywords: *Price, Service Quality, Consumer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Dengan situasi covid yang sudah lewat, besar sekali dampak yang di rasakan oleh masyarakat, dari dampak tersebut ada banyak sekali orang yang di PHK dari pekerjaanya. Sehingga banyak di antara mereka yang membuka usaha yang sama salah satunya membuka usaha dekorasi mini. Maraknya usaha dekorasi ini menimbulkan persaingan yang kuat. Setiap usaha harus memiliki keunggulan supaya dapat bertahan ditengah persaingan yang ada.

Menurut Bashu Swastha (2020) Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk memiliki atau mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan. Harga memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan atau membeli barang atau jasa. Jadi, harga yang meningkat dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dimana maraknya usaha yang sejenis yaitu usaha dekorasi ini, banyak diantara mereka berani membanting harga agar banyak konsumen yang menggunakan jasa mereka ini, tetapi adapun yang membanting harga tidak menjamin bahwa akan sesuai dengan mutu yang didapatkan, ini adalah salah satu masalah yang ditemukan.

Seperti yang diketahui bahwa Aufa Dekorasi Rias Pengantin Binjai merupakan salah satu jasa dekorasi pernikahan yang ada di Binjai, tentu bukan cuman Aufa Dekorasi Rias Pengantin yang membuka jasa dekorasi pernikahan tetapi ada beberapa juga yang membuka usaha yang sama. Dengan itu banyak pilihan konsumen buat menggunakan jasa-jasa dekorasi pernikahan tersebut.

Konsumen tentu akan memperhatikan harga dan kualitas pelayanan yang didapatkan. Sehingga Jasa dekorasi ini harus benar-benar menetapkan harga yang sesuai dan juga memberikan kualitas pelayanan yang terbaik.

Melalui tabel di atas dapat dilihat bahwa harga paket wedding pesaing yang ada di Binjai yang menyediakan menu paket wedding dengan harga yang berbeda dengan yang ditawarkan oleh Aufa Dekorasi Rias Pengantin Binjai. Harga yang ada pada 12 Dekorasi Medan Binjai dan zona project.id lebih murah dibandingkan dengan Aufa Dekorasi Rias Pengantin Binjai. Bukan hanya 12 dekorasi dan zona project.id saja yang menjadi pesaing Aufa Dekorasi rias pengantin, ada beberapa yaitu Reza WO Dekorasi Medan-binjai, Iqbal Wedding Azalea Dekorasi Pesta Dan Aqiqah Medan dan ada beberapa lagi.

Kualitas Pelayanan menurut Kotler (2019) adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Selain harga, kualitas pelayanan juga mempengaruhi kepuasan konsumen, dimana dengan memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan konsumen akan memberikan kepuasan kepada konsumen maka konsumen akan merasa puas sehingga konsumen akan melaksanakan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan (Tjiptono, 2014). Dalam observasi awal di Aufa Dekorasi Rias pengantin sering menerima lebih dari empat orderan memasang dekorasi, maka bahan yang mereka punya tidak cukup untuk lebih dari empat tempat. Dengan ditemukannya masalah tersebut akan banyak keluhan yang membuat konsumen menceritakan keluhannya ke calon konsumen lainnya. Sehingga mutu pelayanan adalah poin yang penting untuk diperhatikan oleh perusahaan dimana untuk menarik konsumen, perusahaan harus memusatkan perhatian yang lebih baik dan itu akan menjadi hal yang akan membedakannya dengan perusahaan yang lain.

Kepuasan konsumen menurut Richard Oliver (2018) Kepuasan konsumen adalah respon pemenuhan dari konsumen terhadap suatu produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kepuasan

konsumen adalah suatu keadaan dimana suatu produk atau jasa memenuhi atau melebihi harapan, keinginan, dan kebutuhan yang wajar dari konsumen. Ketika barang atau jasa yang diterima konsumen terus memenuhi harapan mereka, ini menghasilkan pelanggan yang puas.

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk (1) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Aufa Dekorasi Rias. (2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Aufa Dekorasi Rias. (3) Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Aufa Dekorasi Rias.

Adapun manfaat penelitian ini untuk (1) Untuk Penulis Sebagai tambahan wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan bagi peneliti terutama mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Aufa Dekorasi Rias Binjai. (2) Untuk Perusahaan Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi Aufa Dekorasi Rias dalam memajukan perusahaannya. (3) tujuan akademis Ini dapat digunakan untuk menghasilkan wawasan ilmiah, khususnya dalam hal kepuasan pelanggan dan kualitas layanan Aufa Dekorasi Rias.

BAHAN DAN METODE

Tempat penelitian ini dilakukan di Aufa Dekorasi Rias Pengantin di Jl. Binjai Km 15,5 Diski Simp.4 Kali Rejo Depan Komplek BTN, Medan Krio, Kec Medan Sunggal Sumatra Utara 20351. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan maret 2023. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Aufa Dekorasi Rias pengantin yaitu sebanyak 60 orang. Menurut Arikunto (2012) jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya. Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya tidak lebih besar dari 100 orang responden, maka penulis mengambil 100% jumlah populasi yaitu sebanyak 60 orang responden. Akibatnya, pendekatan sensus mengacu pada penggunaan seluruh populasi sebagai unit pengamatan tanpa menggunakan sampel penelitian.

Metode untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu, metode kuesioner di Aufa Dekorasi Rias Pengantin Binjai. Kuesioner dipergunakan untuk mendapatkan informasi tentang biaya, mutu pelayanan dan kepuasan konsumen. Penyebaran kuesioner kepada responden adalah proses penyebaran kuesioner. Sambil menunggu temuan, responden diminta mengisi kuesioner pada lembar jawaban terlampir. Setelah itu, kuesioner dikumpulkan, ditangani, dan dianalisis. Agar dapat digunakan dalam penelitian absolut, kuesioner harus melewati pemeriksaan reliabilitas dan validitas..

Masalah peralatan penelitian yang andal terkait dengan pengujian keandalan. Konsistensi atau stabilitas jawaban responden dari waktu ke waktu merupakan tanda bahwa survei dapat diandalkan. Coba dulu untuk menentukan apakah informasi tersebut dapat dipercaya atau tidak. Menurut Sugiyono (2013) uji realibilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel adalah apabila koefisien reliabilitas (r_i) $> 0,60$. Sedangkan uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu instrumen dikatakan valid apabila memenuhi kriteria pengujian validitas instrumen dengan menggunakan taraf signifikansi 5%. Kriteria-kriteria pengujian validitas instrumen dapat diuraikan sebagai berikut: (1) Kalau $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka kuesioner tersebut valid. (2) Kalau $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka kuesioner tersebut tidak valid. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda karena memenuhi persyaratan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan pada tata rias pengantin Aufa Binjai terhadap kepuasan konsumen, peneliti melakukan uji T, uji F, dan uji evaluasi. Pengujian ini dibantu dengan program *Statistical Package for Social Science (SPSS) 22.0 For Windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Untuk mengetahui seberapa baik suatu instrumen berfungsi sebagai alat ukur maka dilakuka uji Validitas. Suatu instrumen dianggap efektif jika dapat

mengukur apa yang dibutuhkan dan cukup mengekstraksi data dari variabel yang diteliti.. Adapun hasil dari uji validitas berikut:

Tabel. 4.3
Uji Validitas

Variabel Penelitian	Alat Ukur	r hitung	r tabel	Kriteria
HARGA (X1)	X1.1	1	0.25	Valid
	X1.2	,678**	0.25	Valid
	X1.3	,663**	0.25	Valid
	X1.4	,644**	0.25	Valid
KUALITAS PELAYANAN (X2)	X2.1	,607**	0.25	Valid
	X2.2	,659**	0.25	Valid
	X2.3	,675**	0.25	Valid
	X2.4	,615**	0.25	Valid
	X2.5	,656**	0.25	Valid
KEPUASAN KONSUMEN (Y)	Y1	,611**	0.25	Valid
	Y2	,673**	0.25	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS

Melalui hasil SPSS uji validitas yang ditunjukkan pada tabel di atas terlihat bahwa semua item pernyataan mempunyai nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} (0,25), sehingga semua item pernyataan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel adalah melalui Uji Reliabilitas. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Hasil uji reliabilitas terhadap penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut :

Tabel 4.4. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Pertanyaan	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Harga (X1)	4	,859	Reliable
2	Kualitas Pelayanan (X2)	5	,883	Reliable
3	Kepuasan Konsumen (Y)	2	,777	Reliable

Sumber : Data Olahan SPSS

Melalui output SPSS uji Reliabilitas yang ditampilkan pada Tabel di atas terlihat bahwa semua Variabel memiliki nilai lebih besar dari nilai Cronbach's Alpha 0,60.

Uji Normalitas

Untuk memeriksa apakah variabel dalam model regresi berdistribusi normal maka dilakukan Uji Normalitas. Untuk menguji apakah data penelitian Anda berdistribusi normal, Anda dapat menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (KS). Untuk menentukannya maka kriterianya adalah :

H_0 diterima apabila nilai signifikansi (*Asymp.Sig*) < 0,05

H_a diterima apabila nilai signifikansi (*Asymp.Sig*) > 0,05

**Tabel 4.5. Kolmogorov – Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,64951044
Most Extreme Differences	Absolute	,111
	Positive	,081
	Negative	-,111
Kolmogorov-Smirnov Z		,862
Asymp. Sig. (2-tailed)		,447

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Analisis Output SPSS 22:

Nilai *asymp. Sig(2-tailed)* sebesar 0,447 (>0,05)

Berkesimpulan data berdistribusi secara normal karena nilai *P-Value* yang didapat lebih besar dari 0,05.

Uji Multikolenieritas

Untuk menguji apakah terdapat kolerasi antara variabel bebas (*Independen*) digunakan Uji Multikolenieritas. Deteksi terhadap ada tidaknya Multikolenieritas, yaitu dengan menganalisis nilai tolerance serta *Variabel Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1 maka menandakan tidak terjadinya Multikolenieritas.

Tabel 4.6 Uji Multikolenieritas

Coefficients^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	,855	,595		1,438	,156		
TotalX1	,136	,064	,264	2,140	,037	,270	3,706
TotalX2	,261	,050	,639	5,178	,000	,270	3,706

Sumber : Data olahan SPSS

Dari ketentuan tabel 4.6 uji Multikolenieritas maka di ketahui nilai VIF variabel Harga (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) adalah 3,706 < 10 dan nilai Tolerance adalah 0,270 > 0,1 maka data tersebut tidak terjadi multikolenieritas.

Uji Heterokedastisitas

Untuk menguji apakah model regresi menunjukkan variasi antar variabel tersebar dan tidak sama maka digunakan Uji Heterokedastisitas. Dasar pengambilan keputusan dengan uji glejser adalah: Jika nilai signifikansi > 0.05 maka data tidak terjadi heterokedestisitas.

Tabel 4.7. Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	
1 (Constant)	1,780	1,080		1,649	,105	
Ln_totalX1	-,567	,609	-,263	-,931	,356	
TotalX2	,014	,037	,107	,378	,707	

a. Dependent Variable: abs_res2

Sumber: olah data spss

Dari Tabel Uji Heterokedastisitas metode Glejser dalam table di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi Harga (X₁) > 0,05 dan nilai signifikansi Kualitas Pelayanan (X₂) > dari 0,05 sehingga dapat diperoleh bahwa tidak ada Heterokedastisitas pada model regresi.

Analisis Regresi Linier berganda

Tabel 4.8. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	,855	,595			1,438	,156
TotalX1	,136	,064	,264		2,140	,037
TotalX2	,261	,050	,639		5,178	,000

Sumber: Olahan Data spss

Dengan memperhatikan tabel 4.8, maka didapat model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,855 + 0,136 (X1) + 0,261 (X2) + e$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar 0,855. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dengan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) tidak mengalami perubahan maka kepuasan konsumen (Y) juga tidak mengalami perubahan.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel harga (X1) memiliki nilai positif sebesar 0,136. Hal ini menunjukkan jika tingkat harga mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,136 satuan. Koefisien bernilai positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki nilai positif sebesar 0,621. Hal ini menunjukkan jika tingkat Kualitas Pelayanan mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,136 satuan. Koefisien bernilai positif artinya

menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.

Uji Parsial (Uji t)

Untuk dapat menguji koefisiensi regresi parsial secara individu dari masing- masing variabel bebas dapat dilihat pada Tabel 4.9

Tabel 4.9. Uji parsial (Uji t)

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	,855	,595		1,438	,156
	TotalX1	,136	,064	,264	2,140	,037
	TotalX2	,261	,050	,639	5,178	,000

a. Dependent Variable: TotalY

Dari Tabel di atas, uji statistik t diperoleh sebagai berikut :

- a. Hasil t_{hitung} Harga (X1) sebesar 2,140 sedangkan t_{tabel} 2,001, maka nilai t_{hitung} $2,140 > t_{tabel}$ 2,001, dimana $(n - 2 = 60 - 2 = 58)$. Sementara nilai signifikan t_{hitung} variabel harga (X1) sebesar 0,037, artinya $< 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut berarti harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- b. Hasil t_{hitung} Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 5,178 sedangkan t_{tabel} 2,001, maka nilai t_{hitung} $5,178 > t_{tabel}$ 2,001, dimana $(n - 2 = 60 - 2 = 58)$. Sementara nilai signifikan t_{hitung} variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,000, artinya $< 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut berarti Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji Simultan (uji f)

Untuk mengetahui apakah variabel independent secara bersama-sama atau simultan memengaruhi variabel dependent dapat digunakan Uji Simultan.

Tabel 4.10. Uji simultan (Uji f)
ANOVA^b

Model		Sum ofSquares	Df	MeanSquare	F	Sig.
1	Regression	81,443	2	40,722	93,256	,000 ^a
	Residual	24,890	57	,437		
	Total	106,333	59			

a. Predictors: (Constant), TotalX2, TotalX1

b. DependentVariable: TotalY

Dalam penelitian ini hasil dari uji regresi yaitu diketahui nilai signifikan 0,000 dimana disyaratkan nilai signifikan f_{tabel} lebih kecil dari 0,05 atau nilai $f_{hitung} = 93,256 > f_{tabel} 2,77$ ($df = n - k = 60 - 3 = 57$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yaitu harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Aafa Dekorasi Rias Pengantin.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent.

Tabel 4.11. Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Mod el	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Errorofthe Estimate
1	,875	,766	,758	,661

a. Predictors: (Constant), TotalX2, Total X1

b. DependentVariable: TotalY

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa besarnya koefisien kolerasi ($R = 0,875$) dan didapatkan nilai Adjusted R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,758 yang artinya pengaruh variabel independen X^1 dan X^2 terhadap variabel dependen (Y) sebesar 75,8%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan Aafa Dekorasi Rias Pengantin

Binjai. Hasil uji parsial variabel Harga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($t_{hitung} = 2,140 > t_{tabel} = 2.001$) dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,037 < 0,005$. Data ini menunjukkan bahwa secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Aufa Dekorasi Rias Pengantin Binjai. Hasil uji parsial variabel Kualitas Pelayanan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($t_{hitung} = 5,178 > t_{tabel} = 2.001$) dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 < 0,005$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Aufa Dekorasi Rias Pengantin Binjai. Hasil uji simultandengan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($f_{hitung} = 93,256 > f_{tabel} = 2,77$) dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan Harga Dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Aufa Dekorasi Rias Pengantin Binjai. Dan Hasil dari koefisien determinasi R^2 menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen yang dipengaruhi oleh Harga, Kualitas Pelayanan sebesar 75,8%. Sedangkan sisanya 24,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini.

SARAN

Dari hasil pembahasan yang telah disampaikan sebelumnya, adapun saran dari penelitian ini adalah : Hasil penelitian menunjukan bahwa Harga berpengaruh secara positif dan signifikan. Sebaiknya Aufa dekorasi rias pengantin harus meningkatkan produktivitas dari segi penyampaian Harga untuk mencapai Kepuasan Konsumen yang efektif, manajemen perlu mempertimbangkan untuk menambah pencapaian Kualitas Pelayanan. sehingga semua Konsumen mendapatkan Kepuasan yang baik dan efektif. Ketersediaan informasi bagi seluruh pegawai akan berpengaruh pada peningkatan pengetahuan pegawai akan perusahaan dan akan membantu menciptakan kepuasan bagi konsumen Aufa Dekorasi Rias Pengantin. Hasil penelitian juga menunjukan variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, oleh karena itu pimpinan disarankan untuk mengadakan pelatihan-pelatihan kepada pegawai untuk meningkatkan produktifitas yang baik dan efektif. Bagi peneliti selanjutnya apabila akan meneliti dengan penelitian judul yang sama sebaiknya

.menambahkan variabel-variabel yang belum disebutkan dalam penelitian ini, seperti promosi dan variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Arianty, N. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 16(2), 68–81.
- Arikunto, Suharsimi. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Chriswardana. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Vol. XVI No. 1.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran. Edisi 1*. Alih Bahasa Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary M. Armstrong. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Ray Ilal Ananda. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Go-ride Di Kota Pematang Siantar*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa (3rd ed.)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Laily Marwatuljannah. (2021). *Pengaruh Harga dan kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Resto Running Korean Street Food Samarinda*. Skripsi. Universitas Mulawarman Samarinda
- Moch, Ghozali. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Expedisi Di Surabaya*. Sekolah Tinggi Ilmu

- Ekonomi Indonesia* (Stiesia) Surabaya. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3 No. 3.
- Muliasari, I. (2017). *Pengaruh Harga dan Proses Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kafe Instamie (Survey Pada Konsumen Kafe Instamie Jl. Tamansari No 15 Bandung)*. Universitas Pasundan Bandung, 44.
- Marwanto, A. (2015). *Marketing sukses*. Yogyakarta: Kobis (1st ed.). Yogyakarta: Kobis.
- Meli Satiani. (2018), *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Pengiriman Barang Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Jambi*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Parasuraman, dkk. (2014). *Manajemen Pemasaran. Edisi 1*. Jakarta: Bumi aksara.
- Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta : Salemba Empat.
- Richard. (2018). *Manajemen*. Jakarta: Erlangga
- Rafida Khairani, dkk. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Matahari Putera Prima (Hypermart)*. Jurnal Manajemen Volume 5 Nomor 2.
- Sudaryono. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Sunyoto, D. (2015). *Teori, Kuesioner, Dan Analisis Data Sumber Daya Manusia : Praktik Penelitian (Kedua)*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Sunyoto, D. (2018). *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academy Publishing Service).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. bandung : alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. bandung: alfabeta

- Sugiyono . (2013). *metode penelitian kuantitaif, kualitatif dan R&D*. bandung : alfabeta
- Swasta Dharmmesta, Basu. (2020). *Proses Manajemen Pemasaran Dan Strategi Pemasaran*.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandi. (2016). *Strategi Pemasaran Edisi II*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ugeng Budi Haryoko, dkk. (2020). *Pengaruh Harga dn Kualitas Pelayanan pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer)*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol.2, No.1, e-ISSN : 2656-775x
- V Wiratna Sujarweni (2014). *SPSS (Program Komputer)*Yogyakarta : Putaka Baru Press