

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN SOBAT KURIR'S DI SAMARINDA

M. Ayup¹, Catur Kumala Dewi², Sunarto³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda

Email : ayupmuhammad11@gmail.com

Keywords :

Price, Service Quality and Customer Satisfaction

ABSTRACT

This study aims to determine the variables that affect customer satisfaction consisting of price and service quality on customer satisfaction of Sobat Kurir's in Samarinda.

The theories used in this study are Marketing Management, Price, Service Quality and Customer Satisfaction.

The research method used in this research is quantitative research method, the population in this study are consumers who use Sobat Kurir's services in Samarinda, the sampling technique is consumers who have used at least 2 times the use of Sobat Kurir's services, namely 96 samples, the analytical tools used are data instrument test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, partial test and simultaneous test.

The results showed that the t test results of the price variable had a negative and significant effect on customer satisfaction, while the service quality variable had a positive and significant effect on customer satisfaction, the F test results showed that the price and service quality variables together had a significant effect on customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Era saat ini, pesan antar barang sudah menjadi hal biasa ditengah masyarakat, tidak hanya itu saja makanan dan minuman juga ada yang memberikan pelayanan pesan antar. Keberadaan penyedia jasa kurir, mampu menunjang kebutuhan para pelaku bisnis karena dapat mengirimkan barang kepada pelanggan, baik yang berada di dekat lokasi usaha maupun yang berada jauh diluar daerah, sehingga dapat memperluas cakupan pasar yang secara otomatis akan meningkatkan keuntungan bagi pelaku bisnis.

Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Industri jasa cukup bervariasi sesuai dengan dinamika yang terjadi pada sektor jasa dapat dilihat dari perkembangan dan berbagai jenis industri jasa, salah satunya adalah jasa pengiriman barang.

Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kinerja dibawah harapan, konsumen akan merasa kecewa, tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan

merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas dan senang Menurut Fandy Tjiptono (2016:353), “menyatakan kepuasan berasal dari bahasa Latin *Satis* yang berarti cukup baik, memadai dan *Facio* yang berarti melakukan atau membuat Secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai”.

Harga adalah sebuah nilai pengganti yang harus dibayarkan seseorang, saat mendapatkan produk yang bermanfaat baginya. Produk ini bisa berwujud barang atau jasa. Menentukan nilai tersebut, bisa dilakukan dengan dua cara yaitu atas kesepakatan kedua belah pihak atau juga dengan cara ditetapkan oleh pihak penjual barang atau jasa. Kotler dan Armstrong (2018:345) menjelaskan bahwa “Sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa”.

Kualitas Pelayanan adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Hal ini perusahaan dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas produk dan kinerja layanan yang baik akan sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Arianto (2018:83) “Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan”.

METODE PENELITIAN

Definisi Operasional

Penelitian ini memiliki 3 variabel yang akan diteliti yaitu Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.

Kepuasan Konsumen (Y)

Merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.:

- a. Harga
- b. Kualitas Pelayanan

Harga (X1)

Sebuah nilai pengganti yang dibayarkan seseorang saat mendapatkan produk yang bermanfaat baginya, produk ini bisa berwujud barang atau jasa, yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan pelayanan jasa di Sobat Kurir's Samarinda.

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

Kualitas Pelayanan (X2)

Mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Hal ini perusahaan dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan pelanggan. Kinerja pelayanan yang baik akan sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

- a. Keandalan
- b. Ketanggapan
- c. Jaminan
- d. Empati
- e. Berwujud

Teknik Pengumpulan Data

Berbagai data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan dengan metode sebagai berikut:

- a. Penelitian lapangan (*Field Work Research*)
 Penelitian secara langsung meninjau kelengkapan atau objek penelitian untuk memperoleh data primer yang dipergunakan dalam penelitian melalui metode Observasi, Wawancara, Kuisisioner.
- b. Kepustakaan (*Library Research*)
 Penelitian kepustakaan (*Library Research*) dilakukan dengan mengambil data sekunder yang berhubungan dan berkaitan dengan penelitian

Populasi dan Sampel Penelitian

- a. Populasi
 Populasi merupakan suatu hal yang memberikan penjelasan mengenai objek dalam memenuhi penelitian yang memenuhi syarat – syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen pada Sobat Kurir’s di Samarinda.
- b. Sampel
 Sampel adalah bagian dari populasi yang nantinya akan digunakan untuk objek penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah ketika peneliti bertemu konsumen disaat pengambilan/pengantaran barang, dan disaat itulah peneliti memberikan kuesioner berupa *google form*, (bagi konsumen yang bersedia mengisi kuesioner). Sebelum memberikan kuesioner berupa *google form*, peneliti terlebih dahulu menanyakan kepada konsumen Sobat Kurir’s apakah para konsumen tersebut sudah menggunakan jasa di Sobat Kurir’s lebih dari satu kali. Menurut Riduwan (2014:66) menjelaskan bahwa “Teknik pengambilan sampel apabila populasinya tidak diketahui secara pasti, digunakan teknik sampling kemudahan. Berdasarkan sampling kemudahan ini, peneliti menyeleksi dengan menyaring kuesioner yang ada, apabila orang-orang tersebut diketahui”. Berdasarkan hal tersebut rumus yang digunakan untuk menentukan sampel jika populasinya tidak diketahui secara pasti adalah rumus *Unknown Populations*:

$$n = \frac{(Za/2\sigma)^2}{e}$$

Dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)(0,25)^2}{0,05}$$

n = 96,04 dibulatkan menjadi 96

Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + B_1X_1 + B_2X_2 + e$$

Dimana:

- a = konstanta
- b1,b2, = koefisien regresi
- Y = variabel Kepuasan Konsumen
- X1 = variabel Harga
- X2 = variabel Kualitas Pelayanan
- e = variabe residual

Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2018:51) menjelaskan bahwa “Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut”.

2. Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2017: 130) menyatakan bahwa “Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Priyatno (2014:69) “Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data telah terdistribusi secara merata, sehingga data dari hasil penelitian dapat dikatakan mewakili seluruh populasi yang ada”.

2. Uji Linieritas

Menurut Priyatno (2017:95) “Uji linearitas digunakan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak”.

3. Uji Autokorelasi

Menurut (Ghozali, 2018:111) menjelaskan bahwa “Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya)”.

4. Uji Multikolinearitas

Menurut Priyatno (2014:99) “Uji Multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara variabel bebas dalam suatu penelitian”.

5. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134) “Uji heteroskedastisitas digunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang baik menunjukkan nilai residual yang homogen”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 96 responden dan berdasarkan tabel r untuk tingkat signifikansi 0.05 maka nilai r tabel adalah 0,2006. Dari perhitungan menggunakan aplikasi SPSS versi 25.0 maka didapatkan hasil:

Tabel 1 : Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X₁)

Variabel	No. Item	Hasil Nilai r hitung	Hasil Nilai r table	Keterangan
Harga (X ₁)	X1.1	0,655	0,2006	Valid
	X1.2	0,711	0,2006	Valid
	X1.3	0,640	0,2006	Valid
	X1.4	0,699	0,2006	Valid

Sumber: Data Diolah (2023)

Tabel 1 menunjukkan bahwa hasil r hitung variabel Harga (X₁) lebih besar dari r tabel maka dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan variabel Harga (X₁) valid.

Tabel 2 : Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)

Variabel	No. Item	Hasil Nilai r hitung	Hasil Nilai r table	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₂)	X2.2	0,621	0,2006	Valid
	X2.2	0,577	0,2006	Valid
	X2.3	0,726	0,2006	Valid
	X2.4	0,772	0,2006	Valid

Sumber: Data Diolah (2023)

Tabel 2 menunjukkan bahwa hasil r hitung variabel Kualitas Pelayanan (X₂) lebih besar dari r tabel maka dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan variabel Kualitas Pelayanan (X₂) valid.

Tabel 3 : Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel	No. Item	Hasil Nilai r Hitung	Hasil Nilai r Tabel	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0,641	0,2006	Valid
	Y.2	0,701	0,2006	Valid
	Y.3	0,698	0,2006	Valid
	Y.4	0,693	0,2006	Valid
	Y.5	0,757	0,2006	Valid

Sumber : Data Diolah (2023)

Tabel 3 menunjukkan bahwa hasil r hitung variabel kepuasan konsumen (Y) lebih besar dari r tabel maka dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan variabel kepuasan konsumen (Y) valid.

Uji Reabilitas

Uji reabilitas dilakukan dengan tujuan agar instrumen pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini dapat digunakan beberapa kali dalam pengukuran objek di masa mendatang.

Tabel 4 : Hasil Uji Reabilitas

<i>Cronbach's alpha</i>	N of items
,673	14

Sumber : Data Diolah (2023)

Hasil perhitungan uji reabilitas yang didapatkan dari tabel 4 hasil Cronbach's alpha 0,673 lebih besar dari 0,6 dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian reliabel.

Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variable independen dan variael dependen keduanya mempunyai distribusi yang normal atau tidak.

Tabel 5 : Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,59467850
Most Extreme Differences	Absolute	,069
	Positive	,051
	Negative	-,069
Test Statistic		,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber : Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 5 dapat disimpulkan bahwa nilai Asymp sig (2-tailed) sebesar 0,200 karena nilai signifikansi > 0,05 maka nilai tersebut normal.

Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui linieritas data, yaitu apakah 2 variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak.

Tabel 6 : Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	(Combined)	94,953	9	10,550	2,829	,006
	Linearity	35,258	1	35,258	9,456	,003
	Deviation from Linearity	59,695	8	7,462	2,001	,056
Within Groups		320,672	86	3,729		
Total		415,625	95			

Sumber : Data Diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji linieritas pada tabel 6 dapat diketahui bahwa variabel memiliki nilai linearity yang lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas dan variabel terikat.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang terjadi antara residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi.

Tabel 7 : Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,647 ^a	,419	,406	1,612	1,810

Sumber : Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui hasil uji autokorelasi untuk nilai Durbin-waston sebesar 1,810, Maka dikarenakan nilai $d = 1,810$ lebih besar dari $dL = 1,6254$ dan lebih kecil dari nilai $dU = 1,7103$ maka dari hasil uji autokorelasi yang dilakukan didapatkan hasil bahwa tidak ada autokorelasi positif yang terjadi antara residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang linier antara variabel independen dalam model regresi

Tabel 8 : Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11,820	1,668		7,085	,000		
	Harga_X1	-,278	,097	-,228	-2,866	,005	,988	1,012
	Kualitas Pelayanan_X2	,537	,074	,581	7,309	,000	,988	1,012

Sumber : Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai *Tolerance* sebesar > 0.10 dan nilai *VIF* < 10.00 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dipastikan tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya $(t-1)$. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dengan menggunakan metode *Glejser Test*.

Tabel 9 : Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,100	1,091		1,925	,057
	Harga (X1)	-,047	,063	-,077	-,739	,462
	Kualitas Pelayanan (X2)	-,027	,048	-,058	-,561	,576

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 9 menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk seluruh variabel lebih dari 0,05. Dari hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam mode regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen.

Tabel 10 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,820	1,668		7,085	,000
	Harga (X1)	-,278	,097	-,228	-2,866	,005
	Kualitas Pelayanan (X2)	,537	,074	,581	7,309	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 10 dapat dilihat nilai konstanta (nilai α) sebesar 11,820 dan untuk Harga (nilai β) sebesar -0,278 dan Kualitas Pelayanan (nilai β) sebesar 0,573. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 11,820 + -0,278X_1 + 0,537X_2 + e$$

1. Konstanta (a)

Berdasarkan tabel 12 nilai konstanta bertanda positif yaitu sebesar 11,820 menunjukkan bahwa berpengaruh yaitu variabel bebas harga dan kualitas pelayanan. Bila variabel naik/berpengaruh dalam satu satuan, maka variabel kepuasan konsumen akan naik atau terpenuhi/terikat.

2. Koefisien Regresi Variabel Harga (b1)

Berdasarkan Tabel 12 dapat diketahui bahwa variabel Harga (X_1) berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen (Y) karena nilai koefisien regresi sebesar -0,278 yang artinya jika variabel Harga X_1 mengalami kenaikan satu satuan maka kepuasan konsumen Y akan mengalami penurunan sebesar 0,278 atau 27,8% dan dari nilai tersebut maka dapat disimpulkan bahwa harga akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Sobat Kurir's. Artinya terjadi hubungan negatif antara harga terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi harga jasa, maka semakin rendah tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Sobat Kurir's dan juga sebaliknya.

3. Koefisien Regresi Variabel Kualitas Pelayanan (b2)

Berdasarkan tabel 12 dapat diketahui bahwa variabel produk (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) karena nilai koefisien regresi sebesar 0,537 yang artinya jika variabel kualitas pelayanan (X_2) mengalami kenaikan satu satuan maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,537 atau 53,7% dan dari nilai tersebut maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Sobat Kurir's. Artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Sobat Kurir's dan juga sebaliknya.

Tabel 11 : Hasil Coefficients^a Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,820	1,668		7,085	,000
	Harga (X1)	-,278	,097	-,228	-2,866	,005
	Kualitas Pelayanan (X2)	,537	,074	,581	7,309	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : Data Diolah (2023)

Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Sobat Kurir's

Variabel harga memperoleh nilai t_{hitung} sebesar -2,866 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,985, kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,005 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Sobat Kurir's, artinya jika harga naik maka kepuasan konsumen akan turun. Harga yang ditawarkan Sobat Kurir's dinilai terlalu tinggi dibandingkan dengan pesaing lainnya

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Sobat Kurir's

Variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 7,309 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,985, kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Sobat Kurir's. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Sobat Kurir's, artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin naik kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan Sobat Kurir's dinilai oleh konsumen memiliki kualitas pelayanan yang bagus.

Uji F

Tabel. 12 : Hasil ANOVA^a Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	174,040	2	87,020	33,499	.000 ^b
	Residual	241,585	93	2,598		
	Total	415,625	95			

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Konsumen (Y)

b. *Predictors:* (Constant), Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2)

Sumber: Data Diolah (2023)

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Sobat Kurir's

Berdasarkan hasil dari uji F didapatkan hasil bahwa nilai $F_{hitung} = 33,499$ lebih besar dari $F_{tabel} = 3,09$, kemudian diperoleh signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari signifikansi $\alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwavariabel independen yaitu harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen Sobat Kurir's di Samarinda. Artinya apabila harga dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen meningkat, maka kepuasan konsumen meningkat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sehingga hipotesis 1 diterima, yang berarti harga jasa yang ditawarkan oleh Sobat Kurir's di Samarinda cukup tinggi dibandingkan pesaing lainnya sehingga harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan keinginan konsumen untuk menggunakan jasa Sobat Kurir's di Samarinda.
2. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sehingga hipotesis 2 diterima, yang berarti kualitas pelayanan di Sobat Kurir's dinilai konsumen mempunyai kualitas yang bagus sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Sobat Kurir's di Samarinda.
3. Variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen, sehingga hipotesis 3 diterima. Maka didapatkan

kesimpulan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen Sobat Kurir's di Samarinda.

Saran

1. Bagi pihak Sobat Kurir's di Samarinda, peneliti berharap agar bisa mempertimbangkan dalam mengambil keputusan kebijakan pemasaran agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan menambah variabel penelitian promosi (*promotion*) sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai penelitian pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

REFERENCES

- Arianto, N. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v1i2.856>
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Priyatno, D. 2017. *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).
- Priyatno, Dwi. 2014. *Mandiri Belajar Analisis Data dengan Spss*. Yogyakarta: Mediakom
- Riduwan. 2014. *Metode & Teknik Penyusunan Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV