

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN AIR MINUM ISI ULANG TIRTA WENING (STUDI KASUS RUMAH TANGGA DESA SELOPURO KECAMATAN PITU KABUPATEN NGAWI)

Andika Saputra¹⁾, Hendra Setiawan²⁾

¹Universitas PGRI Madiun

andikaa.mnj@gmail.com

²Universitas PGRI Madiun

hendrasetiawan@unipma.ac.id

Abstract

This study entitled "The Influence of Service Quality and Price on Tirta Wening Refill Drinking Water Satisfaction (Case Study of Selopuro Village Households, Pitu District, Ngawi Regency)". This study aims to determine the effect of service quality and price on consumer satisfaction of Tirta Wening refill drinking water (a case study in households in Selopuro Village, Pitu District, Ngawi Regency). The type of research used in this study is a quantitative approach, while the analytical tool used is IBM SPSS 26. Sampling in this research uses purposive sampling. The sample used was 384 respondents. Based on the results of statistical tests, it shows that partially service quality has a significant effect on customer satisfaction, price has a significant effect on customer satisfaction, and simultaneously service quality and price have a significant effect on customer satisfaction of Tirta Wening refill drinking water.

Keywords: Service Quality, Price, Consumer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Air Minum Isi Ulang Tirta Wening (Studi Kasus Rumah Tangga Desa Selopuro Kecamatan Pitu Kabupaten Ngawi)". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum Isi Ulang Tirta Wening (Studi Kasus Pada Rumah Tangga Desa Selopuro Kecamatan Pitu Kabupaten Ngawi). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, sedangkan alat analisis yang digunakan IBM SPSS 26. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 384 responden. Berdasarkan hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen air minum isi ulang Tirta Wening.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi seringkali menghasilkan berbagai produk inovatif yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Akibatnya, persaingan di dunia bisnis menjadi semakin sengit dalam upaya menarik pelanggan. Bisnis harus beradaptasi dengan kemajuan dan

mengubah banyak aspek kehidupan. Begitu dengan industri air minum isi ulang, kualitas dan keamanan produk sangat penting untuk menjamin kesehatan pelanggan.

Air minum merupakan suatu kebutuhan esensial yang sangat krusial bagi kelangsungan hidup di bumi ini. Selain itu, air minum sangat penting untuk keberlangsungan umat manusia (Utami et al., 2017). Tubuh manusia membutuhkan sekitar 150 hingga 200 liter /35 hingga 40 galon air minum pada setiap harinya. Setiap orang memiliki kebutuhan air yang beragam tergantung pada kondisi iklim, tingkat kehidupan, serta kebiasaan sosial di masyarakat. Menurut data yang dikumpulkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2022, 91,05% rumah tangga di Indonesia akan memiliki akses terhadap sumber air minum yang layak, peningkatan 0,27% poin dari 90,78% pada tahun sebelumnya. Selain itu, 31,23% rumah tangga di Indonesia akan menggunakan air isi ulang sebagai sumber air minum mereka pada tahun tersebut. Sebanyak 17,36% rumah tangga di dalam negeri minum air yang berasal dari bor atau pipa. Kemudian, 15,80% rumah tangga menggunakan air minum yang berasal dari sumur terlindungi. Sedangkan 9,62% masyarakat menggunakan air minum dari sumber mata air terlindungi. Sebanyak 9,20% rumah tangga minum air dari leding. Persentase rumah tangga yang minum air kemasan bermerek dan dari sumur tak terlindungi masing-masing sebesar 9,29% dan 2,55%. Persentase rumah tangga yang minum dari air hujan dan mata air tak terlindungi masing-masing sebesar 2,46% dan 2,39%. Sedangkan, ada 0,97% rumah tangga meminum air permukaan.

Pentingnya penyediaan air bersih saat ini menjadi salah satu peluang bisnis seperti yang kita ketahui adalah air minum isi ulang, hal ini sejalan dengan penjelasan bahwa air minum juga digunakan sebagai cara praktis untuk mendapatkan air minum yang bersih serta dapat digunakan dalam perekonomian masyarakat (Manurung & Hasoloan, 2020). Bisnis yang bergelut di bidang produksi air minum isi ulang ini harus meningkatkan kualitas layanannya bagi pelanggannya. Jika suatu perusahaan tidak mengutamakan kualitas pelayanan, maka pelanggan yang menggunakan produk perusahaan tersebut akan kurang puas. Jika sebuah perusahaan tidak menghargai kualitas layanannya, perusahaan tersebut tidak akan mampu meningkatkan reputasinya di pasar.

Menurut Sani (2022) dimensi kualitas pelayanan terdiri dari kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsive*), jaminan (*assurance*), perhatian (*emphaty*), dan berwujud (*tangibles*). Menurut Putro (2014) kualitas pelayanan merujuk pada segala tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi ekspektasi konsumen..Sedangkan menurut Juita (2023) mengungkapkan bahwa kualitas layanan dapat dijelaskan sebagai fokus pada pemenuhan keperluan dan syarat-syarat, serta pada tepat waktu dalam memenuhi harapan-harapan dari para pelanggan. Kualitas layanan yang baik cenderung mengarah pada kepuasan yang lebih besar di antara pelanggan yang menggunakan layanan perusahaan. Sekarang pelanggan semakin cerdas dan kritis dalam memilih produk atau layanan yang mereka beli. Pelanggan memberikan ulasan dan testimoni tentang pengalaman mereka dengan layanan

yang ditawarkan. Kesaksian yang baik meningkatkan reputasi perusahaan dan sebaliknya. Oleh karena itu, analisis kualitas pelayanan menjadi penting dilakukan guna memastikan bahwa pelayanan yang diberikan memenuhi standar yang diharapkan oleh pelanggan dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam jangka panjang.

Kunci kesuksesan suatu perusahaan adalah kemampuannya dalam mempertahankan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung lebih loyal, bahkan rela membayar lebih untuk produk perusahaan tersebut. Keberhasilan dalam menjaga kepuasan pelanggan bukanlah hasil penemuan baru, perkembangan teknologi, efisiensi biaya, peraturan hukum, atau ukuran perusahaan, melainkan terutama karena kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Memang, inovasi baru, perkembangan teknologi, dan faktor lainnya dapat menarik pelanggan, tetapi upaya-upaya tersebut hanya menghasilkan keuntungan jangka pendek. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Budiarno et, al. (2022) dalam sebuah perusahaan tingkatan dalam mengukur kepuasan para konsumen, terlihat bahwa suatu perusahaan yang dikatakan berhasil meningkat dalam kepuasan konsumen membutuhkan jangka waktu tertentu, dimana kenaikan bagi pemegang perusahaan sebesar +52% sedangkan bagi perusahaan yang memiliki penurunan nilai kepuasan konsumen pemilik perusahaan akan mendapatkan penurunan sebesar -28%. Selain itu juga perusahaan dengan *indeks* kepuasan konsumen atau pelanggan Amerika (*American Costumer Satisfaction Index/ ACSI*) yang digolongkan baik yaitu hanya akan mengalami penurunan sekitar -33%, kemudian untuk perusahaan yang memiliki *indeks* yang kurang baik akan mengalami penurunan sekitar -55%, sehingga kepuasan konsumen atau pelanggan tidak hanya berpengaruh pada sebuah ekonomi yang baik namun juga berpengaruh pada sebuah ekonomi yang kurang baik.

Kepuasan pelanggan perusahaan sangatlah penting hal ini seperti yang terlihat pada depot isi ulang Tirta Wening dimana isi ulang air minum ini menjadi pendorong paling besar dalam menunjang segala kebutuhan *primer* masyarakat di Desa Selopuro. Data penjualan galon di depot air minum isi ulang Tirta Wening mengalami kenaikan selama 5 bulan terakhir, peningkatan ini disebabkan oleh faktor gratis pembelian di setiap hari Jumat serta kualitas pelayanan yang cukup baik diberikan oleh depot air minum isi ulang Tirta Wening. Dengan adanya *Delivery Order* menjadikan konsumen lebih cenderung tetap setia untuk terus membeli air minum isi ulang di Tirta Wening, karena mereka merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh depot tersebut.

Salah satu cara untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan adalah dengan meningkatkan tingkat pelayanan di depot air minum isi ulang Tirta Wening. Sebagai hasil dari fenomena di atas, diketahui bahwa kepuasan pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh pemilik depot isi ulang Tirta Wening sudah memuaskan karena mendapat tanggapan yang positif dari pelanggan mengenai layanan dan kualitas tersebut dapat meningkatkan tingkat pendapatan. Agar dapat tetap bertahan dan berkembang,

perusahaan tidak hanya perlu mempertahankan pelanggan yang sudah ada, tetapi juga menarik pelanggan baru dengan meningkatkan kualitas layanan. Dari fenomena penelitian ini pada produk air minum isi ulang Tirta Wening mengenai variabel kualitas pelayanan.

Harga memainkan peran yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan menjadi faktor penentu keberhasilan pemasaran suatu produk. Harga merupakan komponen penting dari suatu produk karena berdampak pada keuntungan produsen. Selain itu, harga juga menjadi pertimbangan penting bagi konsumen saat membeli, sehingga perlu dilakukan pertimbangan khusus dalam menentukan harga tersebut. Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk menghasilkan suatu barang. Harga yang terlalu tinggi dapat menyebabkan konsumen beralih ke produk atau jasa yang lebih murah dari pesaing, sehingga dapat merugikan perusahaan. Namun, harga yang terlalu rendah juga dapat membuat konsumen meragukan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan dan menyebabkan citra perusahaan menurun.

Kenaikan harga yang tidak diikuti dengan peningkatan nilai atau kualitas yang sesuai dapat menyebabkan ketidakpuasan dan pencarian alternatif yang lebih terjangkau. Kenaikan harga yang diterapkan oleh depot air minum isi ulang Tirta Wening didorong oleh kemudahan bagi pelanggan dalam bentuk layanan *delivery order*. Namun, pengaruh *delivery order* terhadap penjualan tidak begitu signifikan, meskipun konsumen merasa terbantu karena tidak perlu datang ke lokasi sendiri. Konsumen berharap bahwa kenaikan harga tersebut sebanding dengan kualitas barang yang diberikan, termasuk permintaan untuk mengganti galon yang sudah tidak layak pakai dengan yang baru. Dengan memenuhi harapan tersebut, depot air minum dapat memastikan bahwa pelanggan akan tetap loyal dalam membeli air minum isi ulang meskipun terjadi peningkatan harga. Dari fenomena penelitian ini pada produk air minum isi ulang Tirta Wening mengenai variabel harga. Penelitian yang dilakukan oleh Aditia et, al. (2021) menunjukkan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Semarang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dan data yang telah disajikan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum Isi Ulang Tirta Wening (Studi Kasus Rumah Tangga Desa Selopuro Kecamatan Pitu Kabupaten Ngawi)”**.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa yang sesuai dengan tujuan yang diharapkan oleh pelanggan. Jika perusahaan tidak mampu memberikan kualitas produk yang baik, maka hal ini dapat berdampak merugikan perusahaan karena menciptakan dan memasarkan produk dengan kualitas yang rendah. Menurut Sani (2022), menyatakan bahwa kualitas pelayanan

adalah suatu kemampuan untuk menyesuaikan antara keinginan atau tuntutan penerima pelayanan dengan pelayanan yang diberikan oleh penyelenggara pelayanan berupa produk atau jasa sesuai dengan syarat yang telah ditentukan.

Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen sebagai alat ganti atau tukar untuk mendapatkan sejumlah barang atau manfaat serta pelayanan dari produk atau jasa yang akan didapat oleh konsumen tersebut. Harga juga dapat dikatakan sebagai penentu nilai suatu produk atau jasa (Kurniawati & Mohklas, 2018). Pradana et, al. (2018), berpendapat bahwa harga merupakan salah satu unsur dalam bauran pemasaran yang mempunyai peranan penting bahkan sangat menentukan keberhasilan suatu kegiatan pemasaran.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan Pelanggan merupakan suatu tingkat dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat dipenuhi. Kepuasan konsumen bisa tercapai jika layanan yang diterima oleh konsumen juga bisa terjadi jika konsumen merasa mendapatkan nilai lebih dari penilaian mereka terhadap kualitas yang diberikan. Menurut Olson (2014), Kepuasan konsumen merupakan konsep yang paling menentukan dalam pemikiran pemasaran dan riset konsumen. Konsumen yang merasa puas dengan produk, jasa, atau merek, kemungkinan besar akan terus membelinya dan memberitahukan kepada yang lain perihal pengalaman-pengalaman menyenangkan yang dirasakannya dengan produk, jasa, atau merek tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Analisis kuantitatif ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum Isi Ulang Tirta Wening. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen* secara parsial. Pendekatan studi pengumpulan data melibatkan penyebaran kuesioner yaitu dengan menyebarkan dan memberikan daftar pertanyaan oleh responden. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu di mana sampel dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian atau karakteristik populasi yang ingin diwakili. Populasi yang menjadi subjek penelitian adalah masyarakat di Desa Selopuro, Kecamatan Pitu, Kabupaten Ngawi. Dalam skema sampel yang telah ditetapkan, jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 384 responden.

Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden setelah daftar pertanyaan dirancang dan dijelaskan kepada mereka. Setelah mengumpulkan informasi dari responden, data tersebut kemudian diolah

menggunakan perangkat lunak statistik IBM SPSS Statistics 26. Metode analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, yang digunakan untuk mengevaluasi hipotesis yang diajukan. Dengan menggunakan metode ini, penelitian berusaha untuk memahami dan menghubungkan hubungan antara variabel-variabel yang ada dalam penelitian.

Instrumen dalam penelitian ini yaitu berupa kuesioner yang di dalamnya berisikan pertanyaan yang berkaitan dengan masalah dan tujuan yang telah ditentukan peneliti untuk melakukan penelitian ini. Kuesioner disusun dengan menggunakan indikator dan variabel. Penelitian sebagai tolak ukur dalam penyusunan pertanyaan yang akan diberikan kepada para responden sebagai sampel. Skala pada observasi ini adalah skala likert dengan tujuan untuk memudahkan responden dalam menjawab pertanyaan yang memiliki rentang skor dari 1 sampai 4 pada isi instrumen yang ditentukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Penelitian

Responden adalah subjek atau orang yang dipanggil untuk memberikan tanggapan jawaban dari suatu penelitian seseorang. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Selopuro, Kecamatan Pitu, Kabupaten Ngawi.

Berdasarkan rata-rata pembelian air minum isi ulang di Desa Selopuro, Kecamatan Pitu, Kabupaten Ngawi merupakan salah satu pertimbangan dalam deskripsi responden penelitian. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa klasifikasi responden berdasarkan rata-rata pembelian air minum isi ulang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1 Rata-Rata Pembelian Air Minum Isi Ulang

Rata-rata pembelian air minum isi ulang	Jumlah Responden	Presentase
< 5x / bulan	150	39,06%
6 – 10x / bulan	180	46,88%
11 – 15x bulan	54	14,06%
Total	384	100%

Sumber: Data Diolah (2023)

Hasil tabel diatas menunjukkan jumlah responden yang rata-rata membeli air minum isi ulang < 5x/bulan sebanyak 150 responden (39,06%), jumlah responden yang rata-rata membeli air minum isi ulang 6–10x/bulan sebanyak 180 responden (46,88%), jumlah responden yang rata-rata membeli air minum isi ulang 11–15x/bulan sebanyak 54 responden

(14,06%). Penjelasan dari kesimpulan tersebut bahwa masyarakat Desa Selopuro Kecamatan Pitu Kabupaten Ngawi yang rata-rata pembelian air minum isi ulang 6–10 x/bulan.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang telah dikumpulkan memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data menggunakan uji *one sample kolmogorov smirnov* dengan kriteria jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05* berarti data dalam kategori normal, sedangkan jika *Asymp. Sig. (2-tailed) < 0,05* berarti data dalam kategori tidak normal. Uji normalitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		384
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.86099411
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.046
	Positive	.035
	Negative	-.046
Test Statistic		.046
Asymp. Sig. (2-tailed)		.053
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov Monte Carlo sig. (2-tailed)* sebesar 0,053 atau lebih besar dari 0,05. Sehingga hasil uji normalitas yaitu nilai residual bersirkulasi normal.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Uji analisis regresi linear berganda dijalankan guna menerima gambaran bagaimana variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y) dengan menggunakan taraf signifikansi senilai 0,05 (Ghozali, 2018). Persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.713	.841		15.120	.000
Kualitas Pelayanan	.064	.053	.061	1.196	.232
Harga	.072	.045	.080	1.607	.109

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel di atas, maka persamaan garis regresi linier berganda yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e_i$$

$$\hat{Y} = 12.713 + 0,064X_1 + 0,072X_2 + e$$

Maka model regresi tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta = 12.713

Nilai konstanta menunjukkan nilai positif sebesar 12.713. Hal ini menunjukkan apabila variabel independent bernilai 0 (konstanta) maka variabel dependen bernilai 12.713.

2. Nilai koefisien $b_1X_1 = 0,064$

Jika nilai koefisien regresi pada variabel Kualitas Pelayanan (X_1) bernilai positif sebesar 0,064, maka bisa diartikan bahwa jika variabel (X_1) meningkat maka variabel (Y) juga akan meningkat.

3. Nilai koefisien $b_2X_2 = 0,072$

Jika nilai koefisien regresi pada variabel Harga (X_2) bernilai positif sebesar 0,072, maka bisa diartikan bahwa jika variabel (X_2) meningkat maka variabel (Y) juga akan meningkat.

Uji Parsial (Uji T)

Uji t merupakan uji hipotesis yang dipakai untuk melihat efek variabel independen yaitu variabel kualitas pelayanan dan harga secara individu (parsial) pada variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Hasil analisis uji t dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error			
1 (Constant)	6.896	2.166		3.183	.002
Kualitas Pelayanan	.260	.038	.359	6.858	.000
Harga	.146	.052	.139	2.809	.005

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan hasil analisis data table di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis Pertama (H_1)

Pada hasil Uji Parsial (uji t) variabel Kualitas Pelayanan (X_1) mendapatkan nilai t_{hitung} 6,858 > t_{tabel} 1,966 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$. Nilai signifikansi Kualitas Pelayanan (X_1) 0,000 < 0,05. Berdasarkan penjelasan diatas menunjukkan bahwa Kualiyas Pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Maka diperoleh H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2. Pengujian Hipotesis Kedua (H_2)

Pada hasil Uji Parsial (uji t) variabel Harga (X_2) mendapatkan nilai t_{hitung} 2,809 > t_{tabel} 1,966 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$. Nilai signifikansi Harga (X_2) 0,005 < 0,05. Berdasarkan penjelasan diatas menunjukkan bahwa Harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Maka diperoleh H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F menunjukan apakah semua variabel independen yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel depeden. Ketentuan yang digunakan adalah yaitu: Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5%, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, Jika nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ pada taraf signiikansi 5%, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil uji F dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Uji Simultan (Uji F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1664.879	3	554.960	36.937	.000 ^b
	Residual	5724.394	381	15.025		
	Total	7389.273	384			

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa besarnya $F_{hitung} = 36.937 > F_{tabel} = 2,62$ dengan tingkat signifikansi $F = 0,000 < \alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi Kualitas Pelayanan dan Harga maka Kepuasan Konsumen pada depot air minum isi ulang Tirta Wening juga meningkat.

Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi dapat digunakan peneliti untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen (X) memberikan hampir semua yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen (Y). Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi dinyatakan dengan nilai *Adjusted R Square*. Untuk nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7 Hasil Uji Determinasi (Uji R)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.493 ^a	.243	.235	3.835
Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan				
Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen				

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan pengujian koefisien determinan didapatkan nilai R sebesar 0,493 dan nilai *Adjusted R Square* yaitu 0,235 atau sebesar 23,5%. Kesimpulan yang didapat pada pengujian koefisien determinan yaitu Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh Kualitas Pelayanan dan Harga, sedangkan sisanya 76,5% dijelaskan oleh faktor diluar variabel tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, sedangkan Kualitas pelayanan dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Keterbatasan jumlah karyawan yang terbatas atau kurangnya tenaga kerja yang cukup untuk menjalankan berbagai tugas dan tanggung jawab. Akibatnya, karyawan mungkin menghadapi beban kerja yang berat, yang berpotensi mengurangi kualitas layanan dan memperlambat respon terhadap pelanggan. Kekurangan tenaga kerja juga dapat menyebabkan keterlambatan dalam pengiriman pesanan kepada pelanggan. Hal ini berdampak pada ketidakpuasan pelanggan dan dapat merusak citra perusahaan. Dalam situasi ini, perusahaan perlu mencari solusi guna mengatasi keterbatasan ini dan meningkatkan kinerja di masa mendatang.

Saran bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengevaluasi variabel lain yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen selain kualitas pelayanan dan harga. Dengan menggunakan variabel-variabel lain yang relevan, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, A., Komara, A. T., Roslina, N. Y., & Jatmika, L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Acman: Accounting and Management Journal*, 1(2), 104–114. <https://doi.org/10.55208/aj.v1i2.25>
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>
- Ghozali, I. (2018). (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Juita, B. S. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bpw Clean Bandung Tahun 2022 The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at Bpw Clean Bandung in 2022*. 9(2), 619–625.
- Kurniawati, E., & Mohklas, M. (2018). Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pemilihan Pts Yang Dimediasi Variabel Brand Image (Studi Pada Siswa SMAN di Kota Semarang). *Fokus Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 13(2), 257–279. <https://doi.org/10.34152/fe.13.2.257-279>
- Manurung, D. M. A., & Hasoloan, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Air Minum Isi Ulang Pada Depot Martunas Water Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 5(2). <https://doi.org/10.46576/jbc.v5i2.1086>
- Olson, J. P. P. dan J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (M. Masykur (Ed.); 9th ed.). Salemba Empat.

- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1404>
- Sani, A. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Publik Di Poliklinik Gigi Rumah Sakit Umum Daerah (Rsud) Bangka Tengah. *Jurnal Studia Administrasi*, 3(2), 1–14. <https://doi.org/10.47995/jian.v3i2.61>
- Utami, T. D. T., Windarto, A. P., Hartama, D., & Solikhun, S. (2017). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Penjualan Air Minum Isi Ulang Dengan Menggunakan Metode Rough Set. *Jurasik (Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknik Informatika)*, 1(1), 69. <https://doi.org/10.30645/jurasik.v1i1.11>