

## Pengaruh *Service Excellent* Dan Harga Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan Pada PT. Wahana Trans Lestari Medan

Winda Bella Syafira <sup>1</sup>, Tika Nirmalasari <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Potensi Utama

Jl. KL. Yos Sudarso Km 6,5 3-A Tanjung Mulia, 20373, Indonesia

Email : [bellasyafirawinda@gmail.com](mailto:bellasyafirawinda@gmail.com) <sup>1</sup>, [t.nirmalasari@gmail.com](mailto:t.nirmalasari@gmail.com) <sup>2</sup>

**Abstract.** *This study aims to determine the effect of Excellent Service and Price in Creating Customer Satisfaction at PT. Medan Trans Lestari rides. The type of data analysis used in this research is to use quantitative data analysis techniques which only use numerical calculations and then draw conclusions. The testing technique carried out in this study uses descriptive statistical tests, classical assumption tests, hypotheses then multiple regression tests and finally the coefficient of determination test. In this study using statistical software SPSS Version 25. The results of this study are based on the results of the t test test which can be seen in the table above, the hypothesis test criteria are accepted, namely H1 is accepted, which means that partially Service Excellent has a positive and significant influence on customer satisfaction. Based on the results of the t test, it can be seen that, partially, it can be concluded that H2 is rejected, which means that partially, price does not have a positive and significant effect on customer satisfaction. Then simultaneously the variables Service Excellent (X1) and Price (X2) together have a positive and significant effect on Customer Satisfaction of PT. Trans Lestari rides.*

**Keywords:** *Excellent Services, Prices and Customer Satisfaction*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Service Excellent dan Harga Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan Pada PT. Wahana Trans Lestari Medan. Jenis analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan teknik analisis data kuantitatif yang dimana hanya menggunakan perhitungan angka lalu kemudian menarik kesimpulan. Teknik pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, hipotesis kemudian uji regresi berganda dan yang terakhir uji koefisien determinasi. Pada penelitian ini menggunakan software statistik SPSS Versi 25. Hasil dari penelitian ini adalah berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis diterima yaitu H1 diterima yang berarti secara parsial Services Excellent mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat bahwa, secara parsial dapat disimpulkan H2 ditolak yang berarti secara parsial Harga tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kemudian secara simultan variabel Services Excellent (X1) dan Harga (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Wahana Trans Lestari.

**Kata kunci:** Services Excellent, Harga dan Kepuasan Pelanggan

## **PENDAHULUAN**

Disetiap perusahaan ataupun organisasi yang mendirikan suatu usaha tentu menginginkan usahanya dapat hidup terus-menerus tanpa dibatasi oleh waktu. Dalam praktiknya kehidupan suatu usaha beragam, mulai dari yang berumur panjang sekali hingga ratusan tahun (untuk beberapa generasi) sampai yang hanya hidup beberapa tahun saja. Bahkan tidak sedikit perusahaan yang sudah mati sebelum beranjak dewasa. Peningkatan laba penting bagi usaha dalam rangka terus dapat beroperasi dan berekspansi lebih luas lagi sehingga mampu mempertahankan hidupnya. Tentu saja laba yang diinginkan harus sesuai dengan target yang telah ditentukan setiap periodenya. Banyak cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan pelayanan yang baik serta menyesuaikan harga yang dibuat maka hal ini akan meningkatkan mutu kepuasan konsumen sendiri. Ingat pesaing tidak pernah tidur dan selalu mencari untuk mengambil pelanggan pesaing lainnya. Didunia bisnis, persaingan antar penjual sangat ketat. Hal inilah yang kemudian mengakibatkan para penjual harus memberikan *service* yang memuaskan kepada para pelanggannya, karena jika tidak memberikan pelayanan yang baik maka para pelanggannya akan beralih ke yang lainnya. Kendaraan mobil tidak hanya sebagai kebutuhan yang dapat mempermudah aktivitas manusia tetapi telah menjadi lahan bisnis dan menjadi bahan utama dalam mencari nafkah. Perusahan-perusahaan yang menjual spare part di kota Medan telah banyak ditemuisalah satunya Perusahaan Terbatas (PT) Wahana Trans Lestari Medan.

Kepuasan pelanggan sebagai salah satu kunci keberhasilan suatu usaha, hal ini dikarenakan dengan memuaskan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan pendapatan (profit) dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Pendapat dari Kotler (2018) menyatakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan tingkat yang di hasilkan atau hasil yang dirasakan. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara yang diharapkan pelanggan (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha memenuhi harapan pelanggan. Pendapat dari Tjiptono (2018:78) Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja yang diperkirakan terhadap apa yang diharapkan

*Service excellent* adalah pelayanan yang sangat baik atau pelayanan yang terbaik. Di sebut sangat baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan harus memiliki standar pelayanan yang dapat menjadi ukuran dalam memuaskan pelanggan Tjiptono (2018). Perusahaan yang gagal memuaskan konsumennya melalui pelayanan akan menghadapi masalah yang cukup kompleks, masalah tersebut diantaranya adalah pelanggan jika merasa tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan wajib mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya. Dalam dunia industri *Service Excellent* sangat diperlukan untuk memberikan rasa puas terhadap konsumen, sehingga pelanggan merasa dirinya dipentingkan atau diperhatikan sebagaimana mestinya.

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang atau jasa, atau jumlah dari nilai yang diukur konsumen karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa Kotler (2017:114). Harga yang ditetapkan oleh PT. Wahana Trans Lestari harus mampu untuk memenuhi ekspektasi konsumen terhadap kualitas produknya. Pendapat dari Swastha (2020) Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga memiliki persepsi yang berbeda-beda menurut pandangan setiap orang dalam menentukan keputusan pembelian. Indikator Harga menurut Kotler (2018) dapat di melalui kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat harga bersaing.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh *Service Excellent* dan Harga Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan Pada PT. Wahana Trans Lestari Medan”.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Kepuasan Pelanggan**

#### **1) Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler (2018) berpendapat bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan tingkat yang di hasilkan atau hasil yang dirasakan. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara yang diharapkan pelanggan dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha memenuhi harapan pelanggan. Menurut

Tjiptono (2018:78) Berpendapat bahwa Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja yang diperkirakan terhadap apa yang diharapkan. Setelah pembelian/terlaksana, maka konsumen tersebut akan melakukan suatu penilaian evaluasi. Diantara hasil perbandingan harapan yang ada pada benak konsumen dengan persepsi konsumen terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi adalah berupa konfirmasi. Dari definisi tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan.

## 2) Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator dari kepuasan konsumen sangatlah penting untuk dilakukan karena memberikan informasi bermanfaat bagi perusahaan. Berikut ini adalah indikator kepuasan pelanggan menurut Kotler (2018:76) sebagai berikut.

- a. Terpenuhinya Harapan Konsumen, Pelanggan langsung ditanya seberapa terpenuhinya harapan mereka mengenai pembelian yang konsumen lakukan dengan produk atau jasa.
- b. Sikap Menggunakan Produk, Kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan sikap antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk pada sejumlah atribut atau dimensi penting.
- c. Merekomendasikan Ke Pihak Lain, seorang konsumen ketika membeli mampu merekomendasikan produk yang di beli kepada orang lain sehingga konsumen dan calon konsumen data untuk membeli.
- d. Kualitas Layanan, bagaimana perusahaan mampu mengefesienkan kauliats pelayanan dengan penataan kelola yang baik.
- e. Reputasi yang baik, Perusahaan harus mampu mengedepankan nama baik perusahaan dengan cara pemberian kepuasan kepada konsumen.
- f. Lokasi, posisi lokasi perusahaan harus terjangkau oleh alat transportasi massal.

B. *Service Excellent*

1) Pengertian *Service Excellent*

Menurut pendapat dari Kotler (2017) *services excellent* merupakan kegiatan/keuntungan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen/costomer yang bersifat tidak berwujud dan. Kualitas layanan merupakan salah satu faktor bagi konsumen untuk menilai perusahaan. Konsumen tentunya menginginkan pelayanan yang berkualitas. Pelayanan berkualitas dapat tercermin oleh perusahaan yang menerapkan kinerjanya dari aspek-aspek seperti *reliability*, *emphaty*, *tangibles*, *assurance* dan *responsivences*. Menurut pendapat dari Kotler (2018:119) Pelayanan prima adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan Kotler (2018:130).

2) Indikator *Service Excellent*

Menurut pendapat dari Tjiptono (2018) menyatakan bahwa ada 5 Indikator *Services Excellent* merupakan penyederhanaan dari sepuluh dimensi kualitas pelayanan yaitu:

- a. Keandalan (*Reability*) Memiliki 2 aspek utama yaitu konsistensi kinerja (*performance*) dan sifat tidak dipercaya (*dependability*). Reability berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa melakukan kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang telah disepakati
- b. Koresponsifan (*Responsiveness*) Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- c. Jaminan (*Assurance*) Yakni perilaku para karyawan mampu menimbulkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, dan perusahaan tersebut dapat menciptakan rasa aman bagi para konsumen. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keretampilan yang dibutuhkan untuk menangani pertanyaan atau masalah konsumen.

- d. Empati (*Empathy*) Berarti perusahaan memahami masalah para konsumen dan bertindak demi keinginan konsumen saat memberikan perhatian personal kepada para konsumen dan memiliki jam operasional yang nyaman.
- e. Berwujud (*Tangible*) Berkenan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

### C. Harga

#### 1) Pengertian Harga

Defenisi Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang atau jasa, atau jumlah dari nilai yang diukur konsumen karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa Kotler (2017:114). Menurut pendapat dari Swastha (2020) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayananya. Harga adalah sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan dari menggunakan produk atau jasa. Harga menjadi satu-satunya bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga tergantung pada kebijakan perusahaan dengan mempertimbangkan berbagai hal. Perusahaan harus selalu memantau harga yang ditetapkan oleh para pesaing agar harga yang ditentukan perusahaan tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah. Dari sudut pemasaran, Kemudian menurut pendapat dari Tjiptono (2018: 151) mendefinisikan harga sebagai satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Sedangkan dari sudut pandang konsumen, harga sering digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Dengan demikian, pada tingkat harga tertentu, apabila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat. Demikian pula, pada tingkat harga tertentu, nilai. Definisi lain harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas sebuah produk atau jasa. Berdasarkan beberapa definisi harga maka dapat disimpulkan bahwa harga merupakan nilai dari suatu barang atau

jasa yang diukur dengan uang yang dibebankan kepada pembeli atau konsumen untuk memperoleh barang atau jasa tersebut.

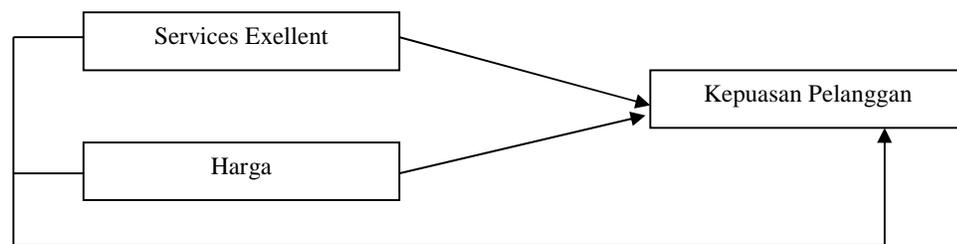
## 2) Indikator Harga

Harga juga dapat mempengaruhi program pemasaran suatu perusahaan karena dapat menghasilkan keuntungan. Kotler (2018) indikator harga antara lain:

- a. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu penetapan harga yang dilakukan perusahaan yang disesuaikan dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.
- b. Kesesuaian harga dengan manfaat, yaitu penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dikonsumsi.

## D. Kerangka Konseptual

Dalam melakukan penelitian, penulis menyusun kerangka konseptual untuk mempermudah dalam penyusunan proposal ini. Selain itu dengan adanya kerangka konseptual yang penulis buat, penelitian yang dilakukan lebih mudah dan terarah, sehingga akan berkaitan satu sama lainnya.



Gambar.1 Kerangka Kosptual

(Sumber: Data Diolah )

## E. Hipotesis Penelitian

- a. Terdapat pengaruh yang signifikan *Services Excellent* terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Wahana Trans Lestari Medan.
- b. Terdapat pengaruh yang signifikan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Wahana Trans Lestari Medan.

- c. Terdapat pengaruh yang signifikan *Services Excellent* dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Wahana Trans Lestari Medan.

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis Dan Sumber Data**

#### 1) Jenis Penelitian Kuantitatif

Di dalam penelitian ini jenis penelitian yang di gunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan asosiatif Sumber Data

- 2) Sumber data dalam penelitian ini adalah dimana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini peneliti dalam menggunakan sumber data primer dan sekunder. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan sumber data adalah sebagai berikut:

### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Wahana Trans Lestari yang berlokasi JL. Adam Malik Kota Medan. Waktu penelitian yang dilakukan peneliti yaitu bulan Juni 2022 sampai bulan September 2022.

### **C. Populasi Dan Sampel**

#### 1) Populasi

Menurut pendapat dari Sugiyono (2018) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pengertian populasi di atas, maka yang akan dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah memakai jasa service pada PT. Wahana Trans Lestari pada Periode 2017 s/d 2021 yang akan di jadikan responden penelitian.

#### 2) Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Accidental Sampling*. Sedangkan *Accidental Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti bisa dijadikan sampel bila dipandang orang

yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017). Pelaksanaan *accidental sampling* dalam penelitian ini adalah jumlah unit yang datang dan yang melakukan services pada PT. Wahana Trans Lestari.

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan yang dilakukan menggunakan teknik observasi dan juga menggunakan kuisisioner.

#### E. Uji Instrumen Penelitian

##### 1) Uji Validitas

Adapun kriteria pengujian validitas menggunakan taraf signifikan ( ) sebesar 0,1. Kriteria dalam menentukan validitas suatu kuisisioner adalah sebagai berikut:

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pertanyaan tersebut valid
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pertanyaan tersebut tidak valid.

##### 2) Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program *statistic SPSS 25* dan diuji reliabilitas menggunakan teknik pengukuran *Chronbach Alpha*. Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Apabila nilai *cronbach's alfa*  $> 0,60$ , maka kuisisioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten.
- b. Apabila nilai *cronbach's alfa*  $> 0,60$ , maka kuisisioner atau angket dinyatakan tidak reliabel.

#### F. Teknik Analisis Data

##### 1) Analisis Deskriptif

Tujuan dari pengujian analisis deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi masing-masing variabel yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum dan minimum (Ghozali, 2018).

##### 2) Analisis Linear Berganda

Analisis regresi adalah teknik statistika yang berguna untuk memeriksa dan memodelkan hubungan diantara variabel-variabel. Regresi berganda sering kali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang mengakibatkan

hubungan dari dua atau lebih variabel bebas. Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = + 1X1 + 2X2 + 3X3 + e$$

Keterangan ;

Y = Kepuasan Pelanggan

= Konstanta

1 2 = Koefisien Regresi

X1 = *Services Excellent*

X2 = Harga

$\epsilon$ 1 = *Error*

### 3) Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan sebagai prasyarat untuk melakukan analisis data. Uji normalitas dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian yang diajukan. Uji normalitas data bertujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam satu variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model-model penelitian tersebut adalah data distribusi normal. Uji normalitas dilakukan terhadap residu data. Penelitian dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan *probabilitas (Asymtotic Significance)*, yaitu :

1. Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari model regresi adalah normal.
2. Jika probabilitas < 0,05 maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor (VIF)* dari hasil analisis dengan menggunakan *SPSS 25*.

Ketentuan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas yaitu:

$VIF > 10$  artinya mempunyai persoalan multikolinieritas

$VIF < 10$  artinya tidak terdapat multikolinieritas

*Tolerance value*  $< 0,10$ , artinya mempunyai persoalan multikolinieritas

*Tolerance value*  $> 0,10$ , artinya tidak terdapat multikolinieritas

c, Uji Hetrokedastisitas

Untuk melihat adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan aplikasi *SPSS versi 25*. Dasar pengambilan keputusan untuk uji Glejser yaitu:

a. Apabila sig.2-tailed  $< = 0.05$ , maka terjadi heteroskedastisitas

b. Apabila sig.2-tailed  $> = 0.05$ , maka tidak terjadi heteroskedastisitas

4) Uji Hipotesis

a. Uji Parsial

Uji parsial (uji t) menunjukkan seberapa jauh pengaruh dari variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y). Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

b. Uji Simultan

Uji F disebut juga dengan uji signifikan serentak dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas X1 dan X2 untuk dapat atau mampu menjelaskan tingkah laku atau keragaman variabel tidak bebas.

5) Uji Koefisien Determinasi

Nilai *R-square* dari koefisien determinasi digunakan untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh nilai variabel bebas. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Apabila nilai *R-square*, semakin mendekati satu maka semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ( $r^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Uji Validitas

Uji Validitas dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 responden, dengan  $df (0,1) = n-2$  ( $30-2 = 28$ ), sehingga didapatkan nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,306. Dikatakan valid apabila  $r_{hitung} > 0,306$ .

Tabel 1 Hasil Validitas *Service Excellent*

No. Item	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$ Df= N-2 (0,1)	Keterangan
1.	0,722	0,306	Valid
2.	0,595	0,306	Valid
3.	0,688	0,306	Valid
4.	0,42	0,306	Valid
5.	0,52	0,306	Valid

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai dari seluruh pernyataan dari variabel *Service Excellent* (X1)  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ , maka sesuai dengan kriteria dalam menentukan validitas suatu kuisisioner  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Harga

No. Item	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$ Df= N-2 (0,1)	Keterangan
1.	0,865	0,306	Valid
2.	0,876	0,306	Valid
3.	0,616	0,306	Valid
4.	0,835	0,306	Valid

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai dari seluruh pernyataan dari variabel Harga (X2)  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ , maka sesuai dengan kriteria dalam menentukan validitas suatu kuisisioner  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

No. Item	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub> Df= N-2 (0,1)	Keterangan
1.	0,465	0,306	Valid
2.	0,717	0,306	Valid
3.	0,530	0,306	Valid
4.	0,733	0,306	Valid
5.	0,883	0,306	Valid
6.	0,883	0,306	Valid

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai dari seluruh pernyataan dari variabel Kepuasan Pelanggan (Y)  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ , maka sesuai dengan kriteria dalam menentukan validitas suatu kuisisioner  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

## 2. Uji Reabilitas

Tabel 4 Hasil Uji Reabilitas

Item	Cronbach's Alpha	R.teori	N of Items
<i>Services Exellent</i> X1	0,782	0,600	reliable
Harga X2	0,810	0,600	reliable
Kepuasan Pelanggan Y	0,755	0,600	reliable

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas bahwa pengujian reliabilitas terhadap 5 pernyataan kuesioner dari variabel *Services Exellent* (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) didapatkan hasil Cronbach's Alpha secara keseluruhan lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan pernyataan kuesioner semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan *reliable*.

## B. Analisis Uji Asumsi Klasik

### 1) Uji Normalitas

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu :

- a. Jika probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- b. Jika probabilitas  $< 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas  
Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.62453829
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.048
	Negative	-.054
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan tabel output SPSS Kolmogorov-Smirnov diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnov diatas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

## 2) Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Service Excellent	.994	1.006
	Harga	.994	1.006
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan			

Sumber: Data Diolah 2022

Dari tabel uji multokolinearitas diatas dapat dijelaskan bahwa :

1. Dengan nilai *tolerance* > 0,10 yaitu untuk variabel *Service Excellent* (X1) dengan nilai 0,994 yang berarti  $0,994 > 0,10$ , variabel Harga (X2) dengan nilai 0,994 yang berarti  $0,994 > 0,10$ , maka hal ini

membuktikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

2. Dengan nilai VIF  $< 10$  untuk variabel penelitian *Service Exellent* (X1) yaitu sebesar 1,006 yang berarti  $1,006 < 10$  , untuk variabel Harga (X2) dengan nilai VIF sebesar 1,006 yang berarti  $1,006 < 10$ , hal ini menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas dalam model regresi sehingga data dikatakan baik dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

3) Uji Heterokedastisitas

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut.

- a. Jika Nilai Signifikan, lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.
- b. Sebaliknya, jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.

Tabel 7. Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>		
	Model	Sig.
1	(Constant)	.231
	Service Exellent	.579
	Harga	.836

a. Dependent Variable: Abs

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan hasil output tabel uji glejser diatas dapat dilihat bahwa nilai sig. pada variabel Service Exellent yaitu 0,579 yang artinya bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dengan ketentuan  $\text{sig} > \text{dari } 0,05$  , kemudian pada pengujian yang kedua variabel harga yaitu dengan nilai 0,836 yang artinya bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dengan ketentuan  $\text{sig} > \text{dari } 0,05$  Kesimpulannya adalah item pernyataan disetiap variabel tidak terjadi heterokedastisitas dengan melihat uji glejser memenuhi ketentuan  $> \text{dari } 0,05$  maka dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

C. Analisis Uji Asumsi Klasik

Tabel 8. Hasil Uji Regresi

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	11,893	,946
	Services Excellent	,403	,077
	Harga	,124	,107
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan			

Sumber: Data Diolah 2022

Dari hasil pengujian yang ada pada tabel diatas dengan menggunakan SPSS for windows versi 25 diperoleh koefisien-koefisien persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$A = 11,893$$

$$b_1 = 0,403$$

$$b_2 = 0,124$$

Persamaan regresinya dari nilai-nilai diatas adalah :

$$Y = 11,893 + 0,403X_1 + 0,124X_2$$

Keterangan:

- 1) Dari persamaan regresi ini menunjukkan nilai a atau konstanta sebesar 11,893 yang artinya Variabel *Services Excellent* dan Harga dalam keadaan konstan adalah 11,893.
- 2) Dari persamaan regresi ini menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi  $b_1 = 0,403$  menunjukkan apabila *Services Excellent* mengalami kenaikan 100% maka akan mengakibatkan meningkatnya Kepuasan Pelanggan sebesar 40,3%.
- 3) Dari persamaan regresi ini menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi  $b_2 = -0,124$  menunjukkan apabila Harga mengalami kenaikan 100% maka akan mengakibatkan meningkatnya Kepuasan Pelanggan sebesar 12,4%.

Berdasarkan nilai-nilai regresi untuk variabel bebas disimpulkan bahwa yang paling besar pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan adalah nilai Variabel *Services Excellent* ( $X_1$ ) sebesar 40,3%. Berdasarkan keterangan tersebut diketahui bahwa peningkatan terhadap Kepuasan Pelanggan lebih cenderung dipengaruhi oleh Variabel *Services Excellent*.

D. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial

Tabel 9. Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	12,573	,000
	Services Exellent	5,220	,000
	Harga	1,163	,248
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan			

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis diterima yaitu  $t_{hitung} > t_{tabel}$  Untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 0,05 yaitu diketahui (n-k) yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variable independent =  $97-2= 95$ . Nilai  $t_{tabel}$  untuk n= 94 adalah 1.985. Dapat dilihat pengaruh *Services Exellent* terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  5,220 >  $t_{tabel}$  1.985 maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H1 diterima yang berarti secara parsial *Services Exellent* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis diterima yaitu  $t_{hitung} > t_{tabel}$  Untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 0,05 yaitu diketahui (n-k) yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variable independent =  $97-2= 95$ . Nilai  $t_{tabel}$  untuk n= 95 adalah 1.985. Dapat dilihat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  1,163 <  $t_{tabel}$  1.985 maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H2 ditolak yang berarti secara parsial Harga tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

2) Uji Simultan

Selanjutnya untuk mengetahui keeratan hubungan (signifikan) perlu dilakukan pengujian nilai koefisien korelasi. Adapun hasil pengujian dengan bantuan program SPSS dapat diketahui melalui tabel *Model Anova* berikut

Tabel 10. Hasil Uji Simultan

ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	F	Sig.
1	Regression	275,353	32,230	,000 <sup>b</sup>
	Residual	401,534		
	Total	676,887		
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				
b. Predictors: (Constant), Harga, Services Excellent				

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai dari  $F_{hitung}$  sebesar 32,230 sedngan nilai yang dihasilkan dari  $F_{tabel}$  adalah  $n= 93$  diperoleh 3,09 dari hasil ini diketahui bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yakni  $32,230 > 3,09$  maka dapat disimpulkan bahwa Service Excellent dan Harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Wahana Trans Lestari Medan.

#### E. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Menurut pendapat dari Santoso kriteria pengujian Analisis Koefisien Determinasi Berganda yaitu sebagai berikut:

1. Jika nilai R square diatas 0,5 maka dapat dikatakan baik.
2. Jika nilai R square dibawah 0,5 maka dapat dikatakan kurang baik.

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary		
Model	R	R Square
1	,638 <sup>a</sup>	,407
a. Predictors: (Constant), Harga, Services Excellent		

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan hasil pengujian tabel diatas pada nilai  $R_{square}$  dapat di peroleh nilai 0,407, artinya 40,7% pengaruh variabel *Services Excellent* dan Harga pada PT. Wahana Trans Lestari, kemudian sisanya 59,3% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti penulis.

F. Pembahasan

**1. Services *Exellent* Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Wahana Trans Lestari.**

Berdasarkan hasil yang diperoleh penulis yang berkaitan dengan variabel *Services Exellent* maka dapat dijelaskan bahwa variabel *Services Exellent* berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Wahana Trans Lestari. Indikator *Services Exellent* seperti *reliability*, *emphaty*, *tangibles*, *assurance* dan *responsivences*. Kotler (2018:119) Hal ini terbukti bahwa ketika pelayanan menjadi acuan penting di dalam perusahaan yang bergerak pada bidang jasa sehingga diperlukan dalam meningkatkan sistem pelayanan yang baik.

**2. Services *Exellent* Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Wahana Trans Lestari.**

Berdasarkan hasil yang diperoleh penulis yang berkaitan dengan variabel Harga maka dapat dijelaskan bahwa variabel Harga tidak berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Wahana Trans Lestari. Hal ini menjadi bukti bahwa variabel harga tidaklah menjadi dasar bahwa konsumen mau datang atau tidak melainkan bagaimana penentuan harga itu mampu memberikan manfaat yang baik bagi konsumen yang yang ingin datang. Indikator Harga menurut Kotler (2018) dapat di ukur melalui kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat ha rga bersaing.

**3. Services *Exellent* dan Harga Secara bersama-sama berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Wahana Trans Lestari.**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh *Services Exellent* dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Wahahan Trans Lestari. Dari uji ANOVA (*Analysis Of Varians*) didapat diketahui adanya pengaruh *Services Exellent* dan Harga secara simultan, dapat dilihat dari hasil uji simultan. Hal ini dapat di jelaskan bahwa Variabel *Services Exellent* saling berkaitan dengan Harga hal ini terjadi karena sistem pelayanan nantinya juga akan di dukung dengan penentuan harga pada setia

## KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh *Services Excellent* dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Wahana Trans Lestari.

1. *Services Excellent* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Wahana Trans Lestari, hal ini berarti indikator dari *Services Excellent* seperti *reliability*, *emphaty*, *tangibles*, *assurance* dan *responsivence* pada variabel *Services Excellent* kompensasi meningkat maka dapat diikuti dengan peningkatan dikatakan sangat mendukung dari segala hal baik secara terstruktur maupun terorganisir.
2. Harga tidak berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Wahana Trans Lestari. Yang berarti indikator dari Harga kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat harga bersaing. Hal ini dapat dikatakan bahwa indikator tersebut sepertinya harus di sesuaikan dengan faktor pembentuk dari variabel Harga.
3. *Services Excellent* dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Wahana Trans Lestari. Hal ini berarti indikator dari variabel *services excellent* dan harga saling berkaitan antara yang satu dengan yang lain maka dari itu penulis harus mampu menggambarkan akar masalah dan penyelesaian dari fenomena tersebut.

### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan maka selanjutnya peneliti memberikan saran agar kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait. Berikut merupakan saran yang diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil yang diperoleh penulis dengan melakukan penyebaran kuisisioner terhadap konsumen yang dijadikan penulis responden penelitian supaya mendukung hasil penelitian yang transparan serta objektif maka perlu adanya penjabaran yang dilakukan penulis diantaranya:

- a) Penulis dalam melakukan penelitian harus mampu meningkatkan ketelitian serta kebenaran dari sebuah data tersebut sehingga nantinya tidak terjadi hal-hal yang diluar dugaan, maka dari itu objektivitas dan transparansi harus mampu diterapkan oleh penulis.
- b) Pada pemilihan variabel Services Excellent dan Harga dan juga Kepuasan Pelanggan dibutuhkan kevalidan sebuah data, yang dimana perlu adanya perbaikan secara terstruktur dan terorganisir secara mendalam sehingga nantinya tercipta manfaat yang dihasilkan dari penelitian ini.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Saya Mengucapkan terima kasih kepada Universitas Potensi Utama yang telah menerima saya menjadi mahasiswa sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan saya sampai selesai. Saya Juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen yang mengajar di Universitas Potensi Utama yang telah bersedia membimbing dan mengajar saya sampai saya menggapai gelar sarjana. Dan Saya Juga berterima kasih kepada staff staff Universitas Potensi Utama yang telah bersedia memberi arahan dan segala informasi yang ada di Universitas Potensi Utama.

## REFERENSI

- Agung Firatmad. (2017). Pengaruh Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Journal Of Business Studies*. ISSN: 2443- 3837.
- Annisa Mirandha, dkk. Pengaruh *Excellent servise* terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan (*Survei pada Pelanggan Pizza Hut Malang Town Squire*). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 1 No. 2. 2015. Hlm. 7.
- Daryanto dan Ismanto Setyabudi. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. 2017. Yogyakarta. Penerbit Gava Medi.
- Da'wah Iqbal Kurniadhy. (2018). *Excellent Service* Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Bisnis Filateli. *Indonesian Economics Business and Management Research Vol. 1, No. 1, (2018), pp. 17-22*.
- Fahmi. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen* pada Hotel Bintang III Di Kota Tenggarong Kabupaten Kutai Kartanegara. *JEMI Vol.8/3/Desember/2018*.
- Fajar Andrianto Saputra. *Pengaruh Pelayanan Prima dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan* (Studi pada Pelanggan Layanan PT. Pos Indonesia Semarang). *Jurnal*.
- Ghozali (2018). *Metode Penelitian Analisis Statistik Deskriptif Edisi 13*. Jilid 2. Yogyakarta: Erlangga.
- Handini Khaerunnisa. (2018). *Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Jabar Banten*. Vol.1 No.1, SSN 2337-611.
- Nyoman Suparmanti. (2016). Pengaruh Pelayanan Prima (*Service Excellent*) Terhadap Kepuasan Pelanggan. *P-ISSN: 2599-1426*.
- Kotler (2018). *Defenisi Kepuasan Pelanggan Edisi Kelima*, PT RajaGrafiBdo Persada.
- Kotler (2019). *Peranan Kepuasan Pelanggan Edisi II* Jakarta Penebit Erlangga.
- Kotler (2017). *Pengertian Services Exellent Edisi II* Jakarta Penebit Erlangga.
- Kotler (2017). *Defenisi Harga Edisi Kelima*, PT RajaGrafiBdo Persada.
- Nyoman Suparmanti. (2016). Pengaruh Pelayanan Prima (*Service Excellent*) Terhadap Kepuasan Pelanggan. *P-ISSN: 2599-1426*.
- Pendit (2018). *Konsep Pelayanan Prima Manajemen Pemasaran*, Jakarta. Bumi Aksara.
- Purnomo (2019). *Uji Realibilitas Edisi Kelima, PT Raja GrafiBdo Persada, Palembang*.
- Priansa (2017). *Defenisi Services Exellent* Manajemen Pemasaran, Jakarta. Bumi Aksara.
- Sugiyono, (2018). *Hipotesis Penelitian Edisi 8, Jakarta: Erlangga*.
- Wisnu Rayhan Adhitya, Tika Nirmala Sari, 2022 Fenomena Pandemi Covid 19 yang Merubah Kehidupan Masyarakat Dan Model Pemasaran Konvesional Para Pelaku Usaha Kecil Menengah. *Journal*, Vol 20 ISSUE 2.
- Tika Nirmala Sari, Muhammad Novan Prasetya, 2020. Dapatkah Kepemimpinan Kepala Sekolah, Motivasi Guru Dan Kualitas Pelayanan Pendidikan Mempengaruhi Kepuasan Orang Tua Siswa. Vol. 6 ISSUE: 1.