

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KUALITAS WEBSITE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia).

**Suto Bawono, Agus Wahyono\***

*\*Dosen Tetap Program SI Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Satya Negara Indonesia*  
[sutobawono@gmail.com](mailto:sutobawono@gmail.com), [agoeswahyono9@gmail.com](mailto:agoeswahyono9@gmail.com)

## ABSTRACT

*This report aims to review the influence of the quality of service , prices and the quality of customer satisfaction website .Methods used in research is quantitative methods and results of the study is based on the answers to the questionnaire given to use likert respondents scale .The population of the research is students usni in 1889 and samples to this study were 100 respondents .The method of analysis on this research using analysis deskriptif , the instrument (validity and normality), the assumption (normality classic, heteroskedastisitas , multikolonieritas and autokorelasi ) , regression analysis linear multiple , the t , the f and koefesien determinan R<sup>2</sup>. From the results of the test t , have the results showed that variable the quality of the services they provide ( x1 ) , of prices ( x2 ) and the quality of the services they provide ( x3 ) has had the influence and significant impact on usni student satisfaction .Of the trial f, the results showed that third variable influential and significant impact on usni student satisfaction .*

*Key Words: Quality Service, Price, and Quality Website*

## PENDAHULUAN

Pada zaman yang semakin maju ini universitas swasta dan negeri merasakan ketatnya persaingan untuk mendapatkan perhatian dari calon mahasiswa. Banyak strategi seperti peningkatan pelayanan, perbaikan akreditasi institusi, pemasaran yang intensif dan kerjasama-kerjasama dengan pihak ketiga. Menurut data dari Kemenristek dikti tahun 2016 yang membahas tentang peringkat Universitas Swasta di Jakarta, Universitas Satya Negara Indonesia masuk dalam kategori Universitas dengan peringkat akreditasi intistusi C (SK: 013/BAN-PT/Ak-III/Inst/II/2012) dengan peringkat 39.

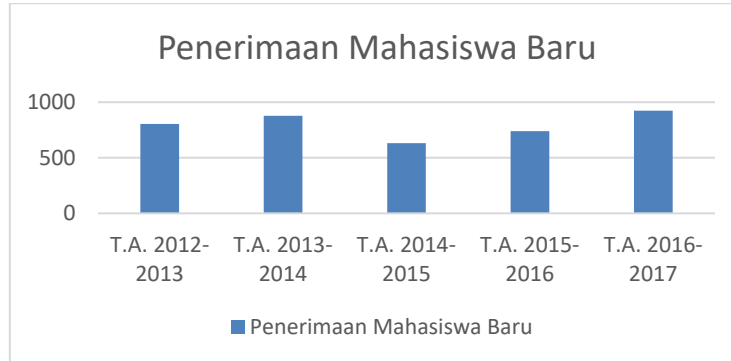
### Peringkat Universitas Jakarta

Peringkat Kopertis	Peringkat Dikti	Kode PT	Nama PT
1	26	031038	Universitas Bina Nusantara
2	30	031037	Universitas Gunadarma
3	31	031015	Universitas Tarumanagara
4	34	031016	Universitas Trisakti
5	39	031007	Univ. Katolik Indonesia Atma Jaya
6	46	031013	Universitas Pancasila
7	71	031034	Universitas Pelita Harapan
8	73	031019	Universitas Mercu Buana
9	75	031026	Universitas Yarsi
39	383	031025	Universitas Satya Negara Indonesia

Sumber: *Kemenristekdikti*

Inovasi dan perbaikan harus segera dilakukan untuk mengejar ketertinggalan tersebut. Adapun data atau jumlah mahasiswa yang ada di Universitas Satya Negara Indonesia selama lima tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut ini:

### Pertumbuhan Penerimaan Mahasiswa Baru Lima Tahun Terakhir



Sumber data :*Humas Universitas Satya Negara Indonesia*

Peningkatan penerimaan mahasiswa dalam 2 tahun terakhir menjadi fenomena bagi peneliti untuk mencermati trend dari sisi tingkat kepuasan mahasiswa apakah tingkat kenaikan penerimaan tersebut berkaitan dengan tingkat kepuasan mahasiswa. Namun dari observasi yang peneliti lakukan masih terdapat keluhan dari mahasiswa seperti dalam hal pelayanan akademik dan non akademik misalnya berkaitan dengan proses belajar mengajar seperti ketidakhadiran tepat waktu, jumlah mahasiswa yang tidak seimbang dengan rasio pengajaran di kelas, kurang tanggapnya pihak pelayanan non akademik terhadap permasalahan mahasiswa, birokrasi yang menyulitkan mahasiswa. Keluhan dalam hal harga yang meliputi biaya perkuliahan yang dibebankan kepada mahasiswa, cara pembayaran yang masih rumit, sarana dan prasarana yang didapat, denda yang bayaran yang dirasakan terlalu besar. Hal lain yang dikeluhkan mahasiswa adalah permasalahan *website* seperti informasi yang didapatkan kurang *up to date*, data mahasiswa yang dirasa kurang aman, sulitnya *website* untuk diakses, yang dirasa belum sesuai dengan kebutuhan mahasiswa saat ini.

Dari penelitian (Ali Akbar dkk, 2015) menemukan bahwa dalam Analisis Dimensi Kualitas Website E-Commerce terhadap Kepuasan dan Implikasinya pada Loyalitas” menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas website terhadap pengguna layanan website. Juga dalam (Muhammad Igor Beladin, Bambang Munas Dwiyanto, 2013) dalam jurnal Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang menyatakan secara parsial tidak berpengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan Kepuasan Mahasiswa.

Maka berdasarkan fenomena yang ada dan masih adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan topik Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Website terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran sebagai seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul, Kotler dan Keller (2012:5).

## 1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan secara umum yaitu “perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkannya”, Kotler dan Keller (2014:150).

## 2. Kualitas Pelayanan

Kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa : jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan/ dipersepsikan (*perceived service*) Lewis dan Booms (1983) yang dikutip Tjiptono (2016:125)

## 3. Harga

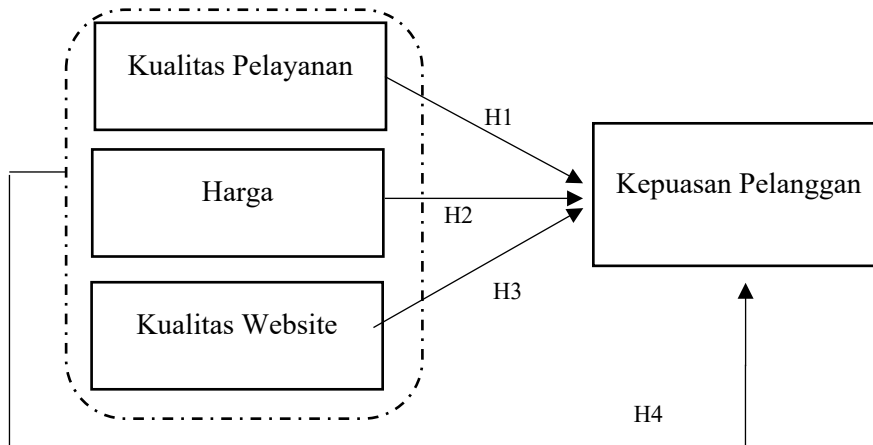
Sejumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (nonmoneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Utilitas merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan dan keinginan tertentu, Tjiptono (2014: 198).

## 4. Kualitas Website

Kualitas *website* merupakan faktor yang sangat penting dalam penjualan secara *online* dan memiliki nilai tersendiri bagi konsumen. Bavarsad *et al.* (2013) menjelaskan bahwa *website* yang baik memiliki kualitas operasional yang memungkinkan pembeli untuk melakukan aktivitas *e-shopping* mereka dengan mudah dan efisiensi.

## Kerangka Pemikiran Teori

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dikembangkan kerangka pemikiran teoritis seperti dibawah ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

## Hipotesis

Maka hipotesis yang diturunkan adalah :

- H<sub>o1</sub> : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
- H<sub>a1</sub> : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

- H<sub>02</sub> : Tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.  
H<sub>a2</sub> : Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.  
H<sub>03</sub> : Tidak terdapat kualitas *website* terhadap kepuasan pelanggan.  
H<sub>a3</sub> : Terdapat pengaruh kualitas *website* terhadap kepuasan pelanggan.

## Metode Penelitian

### Tempat dan Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan dari bulan Februari 2018 s/d Mei 2018. Tempat penelitian dilakukan di Kampus A Universitas Satya Negara Indonesia Jl. Iskandar Muda (Arteri Pondok Indah) No. 11 Jakarta Selatan 12240.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian adalah mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia (USNI) yang tercatat aktif sebagai mahasiswa. Dalam penelitian ini responden yang dipilih adalah seluruh mahasiswa USNI yang aktif dan dibagi merata keseluruhan program studi serta semester yang sedang dijalani responden tersebut. Jumlah responden / sampel disesuaikan dengan jumlah persentase mahasiswa yang ada agar data yang ada lebih valid dan menyebar.

### Desain Penelitian

Dalam penelitian ini desain penelitian yang digunakan yaitu Penelitian Kausal, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen.

### Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Analisis Deskriptif, Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Analisa Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis.

#### 1. Analisis deskriptif

Metode analisis deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis data-data yang tersedia dan diolah sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai fakta-fakta fenomena yang diteliti.

#### 2. Uji Normalitas Data

Karena pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji regresi berganda yang merupakan statistik parametrik maka terlebih dahulu dilakukan pengujian normalitas data. Pengujian normalitas data menggunakan uji Kolmogorof Smirnov yaitu dengan melihat angka nilai signifikansinya lebih dari 0.05.

#### 3. Analisa regresi berganda

Model regresi linier dikatakan sebagai model yang baik hanya jika model tersebut memenuhi **asumsi-asumsi klasik** yaitu data residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinieritas, autokorelasi dan heterokedastisitas.

#### Uji Asumsi Klasik

##### • Uji Normalisasi Residual

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah residual telah terdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah yang memiliki residual terdistribusi normal. Menguji normalitas residual, dapat dilihat pada grafik *probability plot*. Data residual dapat dikatakan normal bila data residual atau titik titik tersebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonalnya.

- **Uji Multikolinieritas**  
Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinieritas dalam suatu model regresi dapat diketahui dari Variance Inflation Factor (VIF) apabila nilai VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.
- **Uji Autokorelasi**  
Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Pengujian ada tidaknya autokorelasi dalam persamaan ini digunakan uji Durbin Watson (DW – test). Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengandung autokorelasi. Jika nilai uji statistic Durbin-Watson lebih kecil dari satu atau lebih besar dari tiga, maka model regresi mengandung autokorelasi.
- **Uji Heteroskedastisitas**  
Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas bisa dengan melihat pola titik-titik pada grafik regresi. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

## **Analisis Regresi Linear Berganda**

Metode analisis regresi linear berganda merupakan suatu bentuk hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependennya.

### **1. Uji t**

Digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu atau parsial. Dalam pengujian ini sebelumnya dirumuskan hipotesisnya.

Ho : Variabel Independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

Ha : Variabel Independen berpengaruh terhadap variabel dependen

Kriteria pengujian untuk uji t sebagai berikut :

Jika  $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka Ho diterima

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka Ho ditolak

Berdasarkan signifikansi:

Jika Signifikansi  $> 0,05$  maka Ho diterima

Jika Signifikansi  $< 0,05$  maka Ho ditolak

### **2. Uji F**

Uji ini merupakan pengujian untuk pengaruh dari variabel-variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Dalam pengujian ini sebelumnya dirumuskan hipotesisnya.

Ho : Variabel-Variabel Independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

Ha : Variabel- variabel Independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen

Kriteria pengujian untuk uji F sebagai berikut :

Jika  $F_{tabel} \leq F_{hitung}$  maka  $H_0$  diterima  
 Jika  $F_{tabel} > F_{hitung}$  maka  $H_0$  ditolak  
 Berdasarkan signifikansi:  
 Jika Signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima  
 Jika Signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak

### 3. Uji Regresi Berganda

Model Regresi Berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Harga

X3 = Kualitas Website

a = Konstanta

b1-b5 = Koefisien regresi variabel independen

e = error

## ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang statistic data seperti min, max, mean, sum, standar deviasi, dan lain-lain. Analisis deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah berkumpul sebagai mana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan (Duwi Priyanto, 2014:30).

**Tabel 4.1**

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan Pelanggan	22.8700	4.35926	100
Kualitas Pelayanan	55.9000	8.15940	100
Harga	26.4400	3.44457	100
Kualitas Website	34.5500	5.42232	100

*Sumber : Data diolah Penulis (2018)*

### Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Kode Item	Corrected Item-Total Correlation	Kondisi	r Tabel	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	K.Pel_1	0.405065455	>	0.1966	Valid
		K.Pel_2	0.628124617	>	0.1966	Valid
		K.Pel_3	0.676724336	>	0.1966	Valid
		K.Pel_4	0.626425946	>	0.1966	Valid
		K.Pel_5	0.660249337	>	0.1966	Valid
		K.Pel_6	0.476034839	>	0.1966	Valid

		K.Pel_7	0.531686802	>	0.1966	Valid
		K.Pel_8	0.570154896	>	0.1966	Valid
		K.Pel_9	0.708070736	>	0.1966	Valid
		K.Pel_10	0.68411106	>	0.1966	Valid
		K.Pel_11	0.278722987	>	0.1966	Valid
		K.Pel_12	0.65053885	>	0.1966	Valid
		K.Pel_13	0.607598708	>	0.1966	Valid
		K.Pel_14	0.480772743	>	0.1966	Valid
		K.Pel_15	0.647200069	>	0.1966	Valid
		K.Pel_16	0.517872871	>	0.1966	Valid
		K.Pel_17	0.563461603	>	0.1966	Valid
2	Harga	H_1	0.224648021	>	0.1966	Valid
		H_2	0.253265254	>	0.1966	Valid
		H_3	0.435062697	>	0.1966	Valid
		H_4	0.551905164	>	0.1966	Valid
		H_5	0.39266737	>	0.1966	Valid
		H_6	0.597359248	>	0.1966	Valid
		H_7	0.575409718	>	0.1966	Valid
		H_8	0.528082949	>	0.1966	Valid
3	Kualitas Website	K.Web_1	0.613841836	>	0.1966	Valid
		K.Web_2	0.386590417	>	0.1966	Valid
		K.Web_3	0.541782305	>	0.1966	Valid
		K.Web_4	0.335864952	>	0.1966	Valid
		K.Web_5	0.289925244	>	0.1966	Valid
		K.Web_6	0.612831866	>	0.1966	Valid
		K.Web_7	0.557417995	>	0.1966	Valid
		K.Web_8	0.647914116	>	0.1966	Valid
		K.Web_9	0.587784503	>	0.1966	Valid
		K.Web_10	0.197718939	>	0.1966	Valid
		K.Web_11	0.510473354	>	0.1966	Valid
4	Kepuasan Mahasiswa	K.Msw_1	0.718664774	>	0.1966	Valid
		K.Msw_2	0.761975995	>	0.1966	Valid
		K.Msw_3	0.669295825	>	0.1966	Valid
		K.Msw_4	0.643975021	>	0.1966	Valid
		K.Msw_5	0.573451054	>	0.1966	Valid
		K.Msw_6	0.738392269	>	0.1966	Valid
		K.Msw_7	0.722973323	>	0.1966	Valid

Sumber : Data diolah Penulis (2018)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), Kualitas Website (X3) dan Kepuasan pelanggan (Y) dapat dikatakan valid. Karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ ,  $r_{hitung} > 0,1966$  sehingga dapat dinyatakan bahwa semua item pernyataan valid.

### Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Perbandingan Cronbach's Alpha		
	Cronbach's Alpha	$\alpha > 0.60$	Keterangan
Kualitaspelayanan ( X1 )	0.708	0.60	Reliable
Harga ( X2 )	0.733	0.60	Reliable
Kualitas Website ( X 3 )	0.688	0.60	Reliable
KepuasanPelanggan ( Y )	0.657	0.60	Reliable

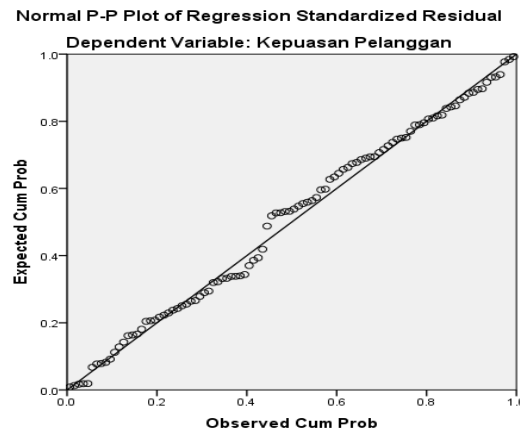
Sumber : Data diolah penulis (2017)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa masing-masing variabel yaitu kualitas pelayanan, harga, kualitas website dan kepuasan pelanggan diperoleh dengan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.60. dengan demikian, maka hasil uji reliabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah reliabel.

### Hasil Uji Normalitas

#### 1. Hasil Uji Normalitas

- a. Metode Grafik gambar 4.1



Sumber : Data diolah Penulis (2018)

Berdasarkan gambar 4.1 diatas dapat dilihat bahwa hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Website dan Kepuasan Pelanggan, menunjukkan pola distribusi secara normal dimana data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, maka nilai residual tersebut terdistribusi normal.

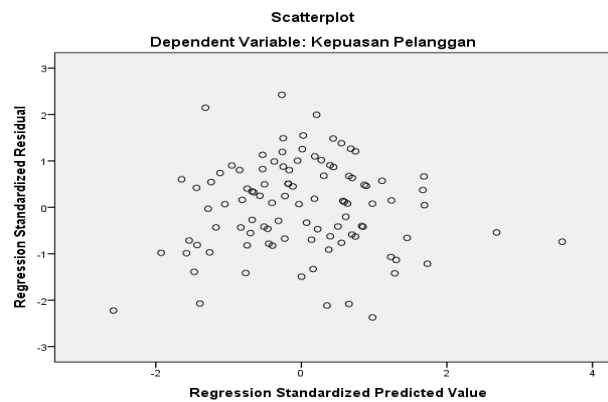
- b. Metode Uji One Sample Kolmogorov-Smirnov

Uji one sample kolmogorov-smirnov digunakan untuk mengetahui apakah distribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0.05.

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.80070947
	Absolute	.118
Most Extreme Differences	Positive	.118
	Negative	-.067
Kolmogorov-Smirnov Z		1.183
Asymp. Sig. (2-tailed)		.122

Sumber : Data diolah Penulis (2018)

## 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data diolah Penulis (2018)

Dari output dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

## 3. Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)					
1 Kualitas Pelayanan	.587	.367	.291	.673	1.486
Harga	.506	.286	.220	.758	1.320
Kualitas Website	.510	.261	.199	.719	1.391

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah Penulis (2017)

Berdasarkan data output diatas dapat diketahui bahwa nilai Tolerance ke tiga variabel lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas antar variabel bebas.

#### 4. Hasil Uji Autokolerasi

Model	Change Statistics		Durbin-Watson
	df2	Sig. F Change	
1	96 <sup>a</sup>	.000	1.915

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah Penulis (2018)

Dari tabel hasil output uji autokolerasi diatas diperoleh nilai DW sebesar 1.915. hal ini disimpulkan bahwa nilai DW atau 1.915 terletak diantara dU 1.7364 dan 4-dU 2.2849, atau  $DU < DW < 4 -DU$  sehingga hipotesis nol diterima yang berarti tidak terjadi autokolerasi.

#### HASIL UJI KELAYAKAN

##### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.714	2.933		-.926	.357
1 Kualitas Pelayanan	.190	.049	.355	3.867	.000
Harga	.320	.109	.253	2.923	.004
Kualitas Website	.189	.071	.235	2.645	.010

Sumber : Data diolah Penulis (2018)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk adalah:

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

$$Y = -2.714 + 0,190 X1 + 0,320 X2 + 0,189 X3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Harga

X3 = Kualitas Website

Dari persamaan diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a = -2.714 adalah konstanta. Apabila variabel kualitas pelayanan, harga, kualitas website sama dengan nol, maka variabel dependen (kepuasan pelanggan) bernilai negatif.
- B<sub>1</sub> = 0.190 adalah koefisien variabel kualitas pelayanan (X1), apabila kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan pelanggan dalam perkuliahan di USNI akan meningkat.

- c.  $B_2 = 0.320$  adalah koefisien variabel harga (X2), apabila harga ditingkatkan maka kepuasan pelanggan dalam perkuliahan di USNI akan meningkat.
- d.  $B_3 = 0.189$  adalah koefisien variabel kualitas *website* (X3), apabila kualitas *website* dengan mudah digunakan dan tidak menyulitkan pelanggan maka kepuasan pelanggan dalam perkuliahan di USNI akan meningkat.

Dari keterangan diatas dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan, harga dan kualitas website bernilai positif artinya kualitas pelayanan, harga dan kualitas website berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

## Hasil Pengujian Hipotesis

### 1. Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.714	2.933		-.926	.357
1 Kualitas Pelayanan	.190	.049	.355	3.867	.000
Harga	.320	.109	.253	2.923	.004
Kualitas Website	.189	.071	.235	2.645	.010

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah Penulis (2018)

Variabel Bebas	T hitung	>atau<	T tabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	3.867	>	1,661	.000	Berpengaruh dan signifikan
Harga (X2)	2.923	>	1,661	.004	Berpengaruh dan signifikan
Kualitas Website (X3)	2.645	>	1,661	.010	Berpengaruh dan signifikan

Sumber : Data diolah penulis (2017)

Hasil pengujian variabel independen (kualitas pelayanan, harga dan kualitas website) secara individu yang dilakukan dengan uji t sebagai berikut:

- a. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan dalam hal ini mahasiswa USNI (Y) :  
Dari tabel 4.13 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas yaitu  $0.000 < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Variabel Kualitas Pelayanan (X1) mempunyai  $t_{hitung}$  yakni **3.867** dengan  $t_{tabel}$  **1.661** sehingga  $3.867 > 1.661$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di dalam ruang lingkup mahasiswa USNI.
- b. Pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan hal ini mahasiswa USNI. (Y) :  
Dari tabel 4.13 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas yaitu  $0.004 < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Variabel Harga (X2) mempunyai  $t_{hitung}$  yakni **2.923** dengan  $t_{tabel}$  **1.661** sehingga  $2.923 > 1.661$ .

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di dalam ruang lingkup mahasiswa USNI.

- c. Pengaruh Kualitas *Website* (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan hal ini mahasiswa USNI (Y) :

Dari tabel 4.13 dapat dilihat bahwa nilai probabilitasnya yaitu  $.010 < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Variabel Kualitas *Website* (X3) mempunyai  $t_{hitung}$  yakni **2.645** dengan  $t_{tabel}$  **1.661** sehingga  $2.645 < 1.661$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas *Website* (X3) berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di dalam ruang lingkup mahasiswa USNI.

Berdasarkan analisis diatas dari ketiga variabel tersebut kualitas pelayanan, harga dan kualitas website dapat diketahui bahwa semua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## 2. Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	857.559	3	285.853	26.805	.000 <sup>b</sup>
1 Residual	1023.751	96	10.664		
Total	1881.310	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

*Sumber : Data diolah Penulis (2018)*

Berdasarkan tabel 4.14 diatas diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar **26.805** dengan nilai  $F_{tabel}$  sebesar **3.0892** jadi  $26.805 > 3.0892$  yang menunjukkan bahwa keseluruhan variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen. Dan juga dapat dilihat nilai signifikansi jauh lebih kecil dari yang disyaratkan  $0.000 < 0.05$ . Artinya keseluruhan variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan kualitas website dapat dipakai untuk memprediksi kepuasan pelanggan.

## Hasil Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	df1
1	.675 <sup>a</sup>	.456	.439	3.26559	.456	26.805	3

*Sumber Data: Diolah Penulis 2017*

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) memiliki *Adjusted R Square* besar 0.439, atau 43,9%. Dapat disimpulkan bahwa 43,9% variabel dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, harga dan kualitas website. Sedangkan selisihnya 56,1% lainnya dipengaruhi oleh pemilihan dimensi atau indikator dari setiap variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

## **Pembahasan**

### **1. Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Dalam penelitian ini Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam sebuah pemasaran. Kualitas Pelayanan di dalam ruang lingkup mahasiswa USNI sangat sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan maka timbul perasaan senang dan rasa ingin memasarkan USNI kepada masyarakat umum. Menurut Lewis dan Booms (1983) yang dikutip Tjiptono (2016:125), mendefinisikan bahwa :kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa : jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan/ dipersepsikan (*perceived service*). Dalam proses kepuasan pelanggan, pelanggan melihat dari segi pelayanan yang diberikan oleh pihak USNI, jika pelanggan senang dan merasa puas dengan pelayanannya maka pelanggan akan merekomendasikan ke orang lain. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

### **2. Variabel Harga terhadap Kepuasan pelanggan**

Dalam penelitian ini Harga berpengaruh pada Kepuasan Pelanggan. USNI sangat menjaga kepercayaan pelanggan saat pelanggan melakukan kegiatan perkuliahan, karena kepuasan pelanggan terbentuk juga dapat dilihat dari keseuaian harga yang dibayarkan dengan apa yang didapatkan pelanggan itu sendiri. Menurut Nirwana (2012: 116) “harga diterjemahkan sebagai biaya yang dibebankan dari produsen kepada konsumen”. Sedangkan menurut Tjiptono (2014: 198) : “Sejumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (nonmoneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Utilitas merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan dan keinginan tertentu”. Jadi, dapat disimpulkan bahwa harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan saat pelanggan melakukan pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan diruang lingkup mahasiswa USNI.

### **3. Variabel kualitas *Website* terhadap Kepuasan Pelanggan**

Dalam penelitian ini Kualitas *Website* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini karena *website* merupakan aspek penunjang agar pelanggan mendapatkan informasi secara cepat melalui media *online*. Kualitas *website* yang berdampak pada niat pelanggan menggunakan situs *website* dan secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut (Vermaat, 2014) World Wide Web (web) adalah “*perpustakaan global dari informasi yang tersedia untuk siapa saja yang terhubung ke internet. Orang diseluruh dunia mengakses web untuk mencapai berbagai tugas online*”, termasuk : (1) Mencari informasi, (2) Komunikasi dengan dan bertemu orang lain, (3) Akses berita, cuaca, dan olahraga, (4) Partisipasi dalam training *online*, (5) Berbelanja barang atau jasa, (6) Bermain games dengan orang lain, (7) *Download* atau mendengarkan musik, (8) Menonton video, (9) *Download* atau membaca buku.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang sudah dilakukan tentang Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas *Website* terhadap Kepuasan Pelanggan studi dilakukan pada mahasiswa aktif USNI dapat disimpulkan :

- a. Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada mahasiswa aktif USNI. Dapat dilihat dari t hitung lebih besar dari t table ( $3,867 > 1,661$ ).
- b. Terdapat pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada mahasiswa aktif USNI. Dapat dilihat dari t hitung lebih besar dari t table ( $2,923 > 1,661$ ).
- c. Terdapat pengaruh Kualitas *Website* (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada mahasiswa aktif USNI. Dapat dilihat dari t hitung lebih besar dari t table ( $2,645 > 1,661$ ).
- d. Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas *Website* terhadap Kepuasan Pelanggan pada mahasiswa aktif USNI. Dapat dilihat dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar **26.805** dengan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3.091 jadi **26.805 > 3.091** yang menunjukkan bahwa keseluruhan variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Ali, Hasan. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta : Penerbit Kencana.
- Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, Jacky Mussry. 2012. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi : Perspektif Indonesia*. Jakarta : Erlangga.
- Danang, Sunyoto. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. CAPS : Yogyakarta.
- Deny Irawan dan Edwin Japarinto. 2013. *Analisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada pelanggan restoran por kee surabaya*. FE Universitas kristen petra surabaya. Jurnal menejemen pemasaran Vo. 1, No.2, (2013) 1-8, diperoleh dari fakultas ekonomi Universitas Esa Unggul.
- Dharmmesta, Basu. 2011. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada.
- Fadil, Zaki dan Priyo Utama. 2015. *Teknik Marketing Itu Mudah Perencanaan Marketing Strategis Untuk Mengurus Bisnis*. Second Hope. Yogyakarta.
- Fandy, Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi : Yogyakarta.
- Fandy, Tjiptono. 2011, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang.
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset.
- Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Kotler dan Keller (2014 : Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing, 15<sup>th</sup> edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2012): *Marketing Management* New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler dan Armstrong (2012 : Kotler, Philip & Armstrong (2012): *Marketing Management* 14th Edition New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler dan Armstrong (2010 : Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. *Principles of Marketing* (Edisi 13). United States of America : Pearson.

- Kotler dan Amstrong, 2008 : Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid1. PT. Erlangga. Jakarta
- Nirwana. 2012. *Pemasaran Jasa*. Alta Pustaka. Malang.
- Priyatno, Duwi. 2014. *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Andi. Yogyakarta.
- Rahman, Arif. 2010. *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business Cara Jitu Merontokan Pesaing*. Cetakan Pertama Jakarta : Trans Media Pustaka.
- Rahmayanti Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima ( Mencegah Pembelotan dan Membangun Customer Loyalty )*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti H. Aksa. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, (2016): *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, (2012): *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta Andi.
- Tjiptono dan Chandra (2011) *Service, Quality and Satisfaction (Ed 3)*. Yogyakarta. Andi.

**Website :**

<https://ristekdikti.go.id/>

<http://www.usni.ac.id/>

<http://pemasaranmgt.blogspot.co.id/2011/12/17-knp-saya-hrs-bljr-pemasaran-dan-apa.html>

**Jurnal :**

- Ali Akbar, dkk. 2015. “Analisis Dimensi Kualitas Website E-Commerce terhadap Kepuasan dan Implikasinya pada Loyalitas”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Lukman Khakim, dkk. 2015. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Muhammad Igor Beladin, Bambang Munas Dwiyanto. 2013 . “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.