

ANALISIS PENGARUH HARGA , KUALITAS PELAYANAN, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT BIKIN INDONESIA BERDAYA

Nanda Gita Pradana

Manajemen, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

190520506@student.mercubuana-yogya.ac.id

Abstrak

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan antara harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Bikin Indonesia Berdaya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah data pelanggan PT Bikin Indonesia Berdaya Yogyakarta yang berjumlah 60 pelanggan organisasi dengan sampel penelitian sebanyak 39 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan PT Bikin Indonesia Berdaya Yogyakarta.

Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan.

Abstract

The aim of this study is to determine the partial and simultaneous effects of price, service quality, and facilities on customer satisfaction at PT Bikin Indonesia Berdaya. This research employs descriptive analysis with a quantitative approach. The population of the study consists of customer data from PT Bikin Indonesia Berdaya in Yogyakarta, totaling 60 organizational customers, with a research sample of 39 respondents. The data collection method used in this study is a questionnaire. Data analysis is conducted using multiple linear regression analysis. The results of the study show that price, service quality, and facilities have a positive and significant effect both partially and simultaneously on customer satisfaction at PT Bikin Indonesia Berdaya Yogyakarta.

Keywords: Price, Service Quality, Facilities, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Perkembangan kinerja yang baik bagi Industri Tekstil dan Pakaian Jadi sangat diperlukan bagi perekonomian Indonesia, karena industri ini bisa diharapkan untuk kembali menjadi motor pertumbuhan industri di Indonesia. Namun, perkembangan ini juga dihadapkan pada tantangan besar, terutama setelah dampak pandemi COVID-19 yang menyebabkan penurunan tajam dalam permintaan pasar. Industri ini mengalami kesulitan dalam mengembalikan daya beli konsumen, yang berimbas pada kinerja perusahaan-perusahaan pakaian. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan agar dapat merancang strategi yang lebih tepat sasaran.

PT Bikin Indonesia Berdaya salah perusahaan yang bergerak di bidang layanan pembuatan produk berfokus pada bidang pakaian. Perusahaan ini memiliki komitmen tinggi terhadap prinsip bisnis yang berkelanjutan. Visi perusahaan adalah menjadi brand layanan jasa produksi pakaian yang paling disukai dan terpercaya di Indonesia tahun 2025. Untuk

mewujudkan visi tersebut, misi yang perusahaan lakukan adalah memberikan pelayanan terbaik yang mengedepankan kepuasan pelanggan melalui profesionalitas kerja yang tinggi dan menghasilkan produk dengan kualitas yang tinggi.

Kepuasan Pelanggan adalah derajat emosi pelanggan setelah membandingkan antara apa yang diterimanya dengan harapannya (Umar dalam Trisnawati, 2023). Banyak cara yang dilakukan suatu perusahaan untuk memenuhi kepuasan pelanggannya diantaranya adalah menetapkan harga yang tepat, memberikan kualitas pelayanan yang baik, serta memberikan fasilitas yang memadai (Nuryaman, 2020).

Menurut Kotler dan Armstrong (2017) harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa". Pelanggan akan merasa puas apabila harga yang mereka bayar sebanding dengan kualitas produk yang mereka terima. Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Fathoni (2024) dan Aladin (2020) pada perusahaan yang bergerak di bidang konveksi pakaian menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan

ANALISIS PENGARUH HARGA , KUALITAS PELAYANAN, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT BIKIN INDONESIA BERDAYA

terhadap kepuasan pelanggan. Namun hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian Praja (2018) pada salah satu usaha industri fashion yang menyatakan bahwa harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Martono (2019) Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan yang dapat mempengaruhi daya saing bisnis. Pelanggan memiliki harapan tertentu terhadap layanan yang akan mereka terima, Ketika kualitas pelayanan memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan tentunya hal tersebut akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian yang telah dilakukan oleh Ramadhani (2023) dan Helmianto (2024) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada salah satu bisnis fashion. Namun hasil lain ditunjukkan penelitian yang telah dilakukan oleh Wijaya (2023) pada salah satu konveksi pakaian menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh negative terhadap kepuasan pelanggan.

Fasilitas merupakan objek yang penting untuk meningkatkan kepuasan, seperti kenyamanan pelanggan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengguna layanan (Suhardi dkk, 2022). Pelanggan akan merasa puas Ketika perusahaan berhasil menciptakan pengalaman yang nyaman dan mendukung kebutuhan pelanggan. Penelitian yang telah dilakukan oleh Juliansyah (2021) pada perusahaan industri fashion menyatakan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun hasil lain ditunjukkan oleh penelitian Rutjuhan dan Ismunandar (2020) yang menyatakan bahwa Fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas, serta adanya perbedaan pada hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk menguji kembali dengan judul penelitian "Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan PT Bikin Indonesia Berdaya "

LANDASAN TEORI

Pemasaran jasa

Sudarmo (2014) menyatakan bahwa pemasaran merupakan cara suatu perusahaan dalam melakukan upaya mempengaruhi para pelanggan agar mengenali tentang produk atau jasa yang ditawarkan dengan harapan para pelanggan akan membeli produk atau jasa tersebut. Tujuan

kegiatan pemasaran adalah mempengaruhi pembeli untuk bersedia membeli barang dan jasa perusahaan pada saat mereka membutuhkan (Alfajar dkk, 2021). Kegiatan pemasaran memiliki nilai positif baik dilihat dari sisi pelanggan maupun dari sisi perusahaan. Dari sisi pelanggan, pemasaran dinilai sebagai kegiatan yang dapat menawarkan berbagai alternatif alat pemenuhan kebutuhan, sehingga nilai kepuasan itu sendiri bertambah besar. Dari sisi perusahaan, pemasaran sebagai kegiatan untuk lebih meningkatkan pelayanan pemenuhan kebutuhan pelanggan.

Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah penilaian pelanggan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kinerja yang berhubungan langsung dengan ekspektasi oleh pelanggan kepada perusahaan, jika harapan sesuai dengan ekspektasi maka pelanggan akan merasa senang (Kotler & Keller dalam Ardiyanto dkk, 2024). Kepuasan pelanggan menjadi ukuran dalam meningkatkan tingkat pembelian yang mencerminkan penilaian pelanggan terhadap produk, penerapan layanan, harga serta ekspektasi lainnya. (Sari dan Mayasari, 2022) Menurut Mun'im (2022) Kepuasan pelanggan merupakan salah satu tujuan utama perusahaan atau industri untuk menghadapi persaingan. Bahrudin dan Zuhro (2016), menyatakan kepuasan pelanggan adalah evaluasi pilihan yang disebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa.

Harga

Harga adalah jumlah uang atau ukuran lain (seperti barang dan jasa lainnya) yang diperdagangkan sebagai imbalan atas hak untuk memiliki atau menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Permatasari dkk., 2022). Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Tetapi dalam keadaan yang lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Dalam hal ini harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing (Helmianto, 2024) Kemudian Tjiptono (2014) menyatakan harga adalah seluruh nilai dari pelanggan atas produk atau jasa yang didapatkan Harga merupakan salah satu faktor kunci dalam pemasaran karena menjadi dasar untuk mengetahui apakah suatu barang atau jasa yang ditawarkan laku atau tidak. Perusahaan harus menentukan harga dengan tepat, agar perusahaan berhasil menyelesaikan penjualan..

Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Ramadhani, 2023). Kualitas pelayanan yang maksimal dan kesesuaian pemberian harga produk merupakan strategi yang tepat dalam mewujudkan setiap keinginan dan harapan tersebut (Gofur, 2019). Dalam hal ini dapat bahwa barang atau jasa dinilai baik jika dapat memenuhi ekspektasi para pelanggannya. Menurut Tjiptono (2014) kualitas adalah suatu produk atau jasa yang dapat memenuhi apa yang diharapkan pelanggan.

ANALISIS PENGARUH HARGA , KUALITAS PELAYANAN, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT BIKIN INDONESIA BERDAYA

Fasilitas

Fasilitas merupakan objek yang penting untuk meningkatkan kepuasan, seperti kenyamanan pelanggan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengguna layanan. Fasilitas merupakan aspek pelayanan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen (Suhardi dkk, 2022). Menurut Tjiptono (2014) Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus tersedia sebelum memberikan pelayanan kepada pelanggan. Oleh karena pelayanan tidak terlihat atau tidak kasat mata, maka fasilitas menjadi aspek yang sangat penting dalam mempertimbangkan suatu pelayanan, fasilitas merupakan bentuk nyata yang dapat dilihat oleh pelanggan, sehingga pelanggan akan menilai fasilitas yang diperolehnya.

Hipotesis Penelitian

1. H1: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Bikin Indonesia Berdaya.
2. H2: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Bikin Indonesia Berdaya.
3. H3: Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Bikin Indonesia Berdaya.
4. H4: Harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Bikin Indonesia Berdaya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dipergunakan pada studi ini adalah menggunakan analisis deskriptif melalui pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di PT Bikin Indonesia Berdaya Yogyakarta, yang beralamat di Grha Environesia 3rd Floor, Jl. Jati Mataram No.284B RT.019/RW.042, Karangjati Sinduadi, Kec. Mlati, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55284. Populasi dalam penelitian ini adalah data pelanggan PT Bikin Indonesia Berdaya pada tahun 2023 yang berasal dari organisasi sektor Swasta, BUMN dan Pemerintahan yang berjumlah 60 pelanggan. Kemudian jumlah sampel penelitian sebanyak 37 Responden.

Pada studi ini, guna menanggapi pernyataan-pernyataan yang diberikan kepada informan disiapkan 5 (lima) preferensi jawaban yang tidak sama antara satu dan yang lain. Tiap jawaban dikasih nilai dimana pada pemberian nilai memanfaatkan skala *Likert*, berikut skor dari respon atas pernyataan-pernyataan yang diperoleh:

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1
- b. Tidak Setuju (TS) : Skor 2
- c. Cukup Setuju (CS) : Skor 3
- d. Setuju (S) : Skor 4
- e. Sangat Setuju (SS) : Skor 5

Definisi variabel dan pengukuran variabel

No	Variable	Definisi Operasional	Indikator
1.	Harga (X1)	Harga adalah nilai yang terdapat pada suatu barang sehingga barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasan pelanggan (Alma, 2011)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga terjangkau. 2. Harga sesuai kualitas produk atau jasa. 3. Harga mampu bersaing. 4. Harga sesuai manfaat. (Kotler & Armstrong, 2012)
2.	Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa baik suatu pelayanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2011)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berwujud 2. Kehandalan 3. Ketanggapan 4. Kompetensi 5. Keyakinan (Riyanto, 2012)
3.	Fasilitas (X3)	Fasilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam hal menyediakan sarana yang dibutuhkan untuk menunjang kemudahan para pelanggan sehingga kebutuhan pelanggan bisa terpenuhi selama menggunakan jasa tersebut (Sulastiyono, 2011)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertimbangan/ perencanaan spasial, 2. Perencanaan ruangan, 3. Perlengkapan/ perabotan, 4. Tata cahaya dan warna, 5. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis 6. Unsur pendukung. (Tjiptono, 2014)
4.	Kepuasan pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah penilaian pelanggan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kinerja yang berhubungan langsung dengan ekspektasi oleh pelanggan kepada perusahaan, jika harapan sesuai dengan ekspektasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merasa puas. 2. Akan membeli produk atau jasa kembali. 3. Merekomendasikan kepada orang lain. 4. Setelah membeli ternyata sesuai dengan harapan. (Irawan; 2008)

ANALISIS PENGARUH HARGA , KUALITAS PELAYANAN, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT BIKIN INDONESIA BERDAYA

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji instrument

a. Validity test

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	r _{hitung}	r _{tabel}	Keputusan
1	Harga	0,687	0,316	Valid
2		0,687		
3		0,830		
4		0,858		
5				
1	Kualitas pelayanan	0,599	0,316	Valid
2		0,393		
3		0,778		
4		0,583		
5		0,566		
1	Fasilitas	0,742	0,316	Valid
2		0,870		
3		0,777		
4		0,803		
5		0,665		
6		0,829		
1	Kepuasan pelanggan	0,803	0,316	Valid
2		0,786		
3		0,885		
4		0,788		

Tabel di atas menunjukkan bahwa validitas instrumen seluruh variabel (harga, kualitas pelayanan, fasilitas, kepuasan pelanggan) didapatkan hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,316, sehingga bermakna seluruh variable dinyatakan sah.

b. Uji reliabilitas

Tabel 2. Rangkuman Uji Reliabilitas Kuisoner

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria Nunnally	Status
Harga	0,755	0,60	Reliabel
Kualitas pelayanan	0,650	0,60	Reliabel
Fasilitas	0,860	0,60	Reliabel
Kepuasan pelanggan	0,818	0,60	Reliabel

Bersumber pada table di atas, menggambarkan bahwa koefisien reliabilitas (*Cronbach Alpha*) dapat dikatakan reliabel, maknanya untuk seluruh pernyataan dapat diandalkan atau *reliabel* sebab berada di atas ambang batas yaitu lebih besar dari 0,60.

Uji asumsi klasik

a. Normality test

Keputusan analisis uji normalitas pada seluruh variable disajikan pada table di bawah ini:

Table 3 Hasil Normality test

Variable	Asymp Sign (2-tailed P)	Keterangan	Keputusan
<i>Unstandardized-Residual</i>	0,200	$P > 0,05$	Normal

Sumber: Olahan data pokok, 2024

Bersumber pada table di atas bisa dikatakan bahwa semua variable berdistribusi normal, maka pengujian bisa diteruskan.

b. Multikolinearity test

Table 4 Hasil Pengujian Multikolinieritas

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Harga	0,922	1,085	Bebas multikolinieritas
2	Kualitas pelayanan	0,975	1,025	Bebas multikolinieritas
3	Fasilitas	0,901	1,110	Bebas multikolinieritas

Sumber : Olahan data pokok 2024

Bersumber dari table di atas bisa dilihat bahwa nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas.

c. Heteroskedastisity test

Table 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variable	Sig.	Taraf Signifikansi (\square)	Keputusan
Harga	0,845	0,05	Bebas heteroskedastisitas
Kualitas pelayanan	0,831	0,05	Bebas heteroskedastisitas
Fasilitas	0,415	0,05	Bebas heteroskedastisitas

Sumber : Olahan data pokok, 2024

Bersumber dari table di atas bisa disimpulkan bahwa nilai Sig. $>$ Taraf Sig., maka H_0 diterima sehingga seluruh variable bebas heteroskedastisitas.

Uji ketetapan model

a. Uji regresi linear berganda

Dalam analisis regresi linier berganda ini, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e \quad (\text{Ghozali, 2018})$$

Keterangan :

Y = kepuasan pelanggan

a = Konstanta

b_n = Koefisien regresi variable bebas ke-n

x_1 = Variable harga

x_2 = Variable kualitas pelayanan

x_3 = Variable fasilitas

e = Variable pengganggu (error)

Dari hasil tersebut, maka persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = 11,453 + 0,535X_1 + 0,628X_2 + 0,305X_3$$

Dari persamaan regresi linier berganda diatas memberikan keterangan sebagai berikut:

- 1) Apabila variable lain bernilai konstan maka Nilai Y (kepuasan pelanggan) akan berubah dengan sendirinya sebesar nilai konstanta yaitu 11,453
- 2) Koefisien regresi X_1 atau harga sejumlah 0,535 memaparkan bahwasanya tiap penambahan satu satuan

ANALISIS PENGARUH HARGA , KUALITAS PELAYANAN, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT BIKIN INDONESIA BERDAYA

harga akan meningkatkan jumlah kepuasan pelanggan sejumlah 0,535

- 3) Koefisien regresi X2 atau kualitas pelayanan sejumlah 0,628 memaparkan bahwasanya tiap penambahan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan jumlah kepuasan pelanggan sejumlah 0,628
- 4) Koefisien regresi X3 atau fasilitas sejumlah 0,305 memaparkan bahwasanya tiap penambahan satu satuan fasilitas akan meningkatkan jumlah kepuasan pelanggan sejumlah 0,305

b. Uji t

Menurut Ghozali (2018) “uji t menunjukan seberapa jauh pengaruh satu variable independent terhadap variable dependent dengan menganggap variable independent lainnya konstan”. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai sig.t < 0,05 maka hipotesis diterima, yang artinya variable independent berpengaruh signifikan terhadap variable dependent.
- 2) Apabila nilai sig.t > 0,05 maka hipotesis tidak diterima, yang artinya variable independent berpengaruh tidak signifikan terhadap variable dependent.

Di bawah ini adalah table hasil uji t pada studi ini:

Tabel 6. Hasil uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-11.453	3.444		-3.326	.002
	HARGA	.535	.127	.434	4.214	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.628	.124	.506	5.053	.000
	FASILITAS	.305	.073	.437	4.186	.000

Hasil analisis Uji T diatas, yang ditunjukkan melalui kolom Sig. , nilai Sig. untuk harga adalah 0,000 (Lebih kecil dari 0,05), untuk kualitas pelayanan adalah 0,000 (Lebih kecil dari 0,05), untuk fasilitas adalah 0,000 (Lebih kecil dari 0,05) yang berarti harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas memberi pengaruh secara parsial atau individu pada kepuasan pelanggan.

c. Uji f

Di bawah ini adalah table hasil uji f pada studi ini:

Tabel 7. Hasil uji f

Model		Sum of Squares	df
1	Regression	157.032	3
	Residual	81.942	35
	Total	238.974	38

Bersumber pada tabel di atas, hasil Uji F menunjukkan nilai Sig. 0,000 yaitu < 0,05 berarti bahwa hasilnya signifikan. Harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas memberi pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap kepuasan pelanggan.

d. Koefisien determinasi

Tabel 7. Hasil uji f

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.811 ^a	.657	.628	1.530

Berdasarkan hasil olah data dengan program komputer SPSS version 25.00 didapatkan nilai Adjusted R² =0,628., sehingga bisa diartikan bahwa senilai 62,8% variasi atau perubahan Y (kepuasan pelanggan PT Bikin Indonesia Berdaya Yogyakarta) disebabkan oleh adanya variasi atau perubahan dari variable X (harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas). Lalu sisanya sejumlah 37,2% disebabkan oleh adanya variasi variable lain yang tidak digunakan dalam model. Nilai Adjusted R² yang cukup sedang menunjukkan kemampuan variable-variable independent (Harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas) dalam mendeskripsikan variasi variable dependent tidak terbatas.

Pembahasan

Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan analisa penelitian menunjukkan bahwa harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) PT Bikin Indonesia Berdaya, Artinya bahwa semakin tinggi nilai kesesuaian harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan PT Bikin Indonesia Berdaya sehingga hipotesis pertama terbukti diterima. Harga yang tepat dan adil dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, asalkan harga tersebut sebanding dengan kualitas dan ekspektasi pelanggan terhadap produk atau layanan yang mereka terima. Jika pelanggan merasa bahwa harga produk atau layanan sesuai dengan kualitas yang mereka terima, mereka cenderung merasa puas. Hal ini terjadi ketika produk atau layanan tersebut dianggap memberikan nilai yang lebih baik dibandingkan dengan harga yang dibayar. Misalnya, produk dengan kualitas yang sangat baik yang ditawarkan dengan harga yang kompetitif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Hasil pada penelitian ini mendukung hasil pada penelitian yang telah dilakukan oleh Lumenta dan Mandey (2014) dan Ariyanti dkk (2022) yang menyimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan analisa penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) PT Bikin Indonesia Berdaya. Artinya menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan PT Bikin Indonesia Berdaya. Kualitas pelayanan yang tinggi biasanya sesuai atau melebihi harapan pelanggan, sehingga menciptakan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Ketika pelanggan merasa bahwa pelayanan yang mereka terima memenuhi kebutuhan mereka, mereka lebih mungkin untuk merasa puas dan kembali menggunakan layanan perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik berperan penting dalam menciptakan kepuasan

ANALISIS PENGARUH HARGA , KUALITAS PELAYANAN, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT BIKIN INDONESIA BERDAYA

pelanggan. Dengan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan melalui pelayanan yang andal, responsif, dan empatik, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan sekaligus membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Hasil dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sholeha dkk (2018) dan Suhardi dkk (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan analisa penelitian menunjukkan bahwa fasilitas (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) PT Bikin Indonesia Berdaya. Artinya semakin tinggi nilai fasilitas maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan PT Bikin Indonesia Berdaya. Fasilitas yang baik menciptakan pengalaman yang nyaman dan mendukung kebutuhan pelanggan. Fasilitas yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan kenyamanan, mendukung persepsi kualitas, dan menciptakan pengalaman positif secara keseluruhan. Perusahaan perlu memperhatikan aspek-aspek fisik layanan untuk memastikan bahwa fasilitas yang mereka sediakan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Markus (2020) dan Khansa (2020) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas baik secara simultan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan analisa penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis keempat terbukti. Jika perusahaan mampu memenuhi keinginan pelanggan dan pelanggan merasa puas maka bisa dipastikan akan banyak lagi pelanggan yang menggunakan jasa PT Bikin Indonesia Berdaya. Harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas adalah elemen utama yang bersama-sama membentuk persepsi dan pengalaman pelanggan. Ketiganya harus dioptimalkan untuk memastikan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Manajemen yang baik atas ketiga variabel ini akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Pantilu dkk (2018) dan Suhardi dkk (2022) yang menyatakan bahwa Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data maka kesimpulan pada penelitian ini adalah: Harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas secara parsial dan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Bikin Indonesia Berdaya Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M, F., dan Haryoko, U, B. 2020. Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Alfamart Cabang Cikokol Tangerang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, Vol. 2 (2): 280-286.
- Aladin, A, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Al Jami Collection di Kabupaten Bogor. Skripsi diterbitkan. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta.
- Alana, P., R., dan Putro., T., A.. 2020. Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek. *Jurusan Penelitian Manajemen Terapan* Vol. 5 No. 2 hlm. 180-194
- Alfajar, F., Mustainah., Tawil., M., dan Polii., J., J. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Makassar Jeans House Kota Palu. *Journal of Administration and Management Public Literation* Volume 1, Nomor 1.
- Ardiyanto, L., D., Pradiani, T., dan Fatthorrahman. 2024. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Besi dan Kaca “Santa” Yogyakarta. *JPRO* Vol. 5 No. 2
- Arikunto. 2019. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Ariyanti, W., Hermawan, H., dan Izzudin, A. 2022. Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *PUBLIK: Jurnal*

ANALISIS PENGARUH HARGA , KUALITAS PELAYANAN, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT BIKIN INDONESIA BERDAYA

- Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik. Vol 9(1):85-94
- Budiarno., Udayana, I.B., Lukitaningsih, A. 2022. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*. Vol. 19 (2): 226-233
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. 2016. Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463>
- Endang dan Sugiyanto. 2019. Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Gudang Komoditi Sistem Resi Gudang Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*. Vol. 4(3): 1031-1042
- Fathoni, M, Y. 2024. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Sinar Jaya Konveksi. Skripsi diterbitkan. Universitas Tidar.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gofur, Abdul. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis akultas Ekonomi UNIAT* Vol. 4 No. 37-44
- Helmianto, Nauval. 2024. Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Konveksi GM Sport. Skripsi diterbitkan. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Juliansyah, Ari. 2021. Pengaruh Fasilitas Fisik, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Matahari Departmen Store Cabang Palembang Square Extention. Skripsi diterbitkan. Univesitas Tridinanti Palembang.
- Kasmir. 2014. Manajemen Perbankan Edisi Revisi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kementerian Perindustrian. 2021. Mendorong Kinerja Industri Tekstil dan Produk Tekstil di Tengah Pandemi: Buku Analisis Pembangunan Industri 2021 Edisi III. Diunduh dari <https://kemenperin.go.id/download/26656/BukuAnalisis-Industri-Tekstil-dan-Produk-Tekstil-2021> pada tanggal 01 Desember 2024.
- Khansa, Ratu. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rockstar Gym (Studi Kasus Cabang Lippo Mall Puri Jakarta Barat). *Jurnal STEI Ekonomi*. Vol. 20 (20): 1-21
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2017. *Principles of Marketing (17th ed.)*. Pearson Education
- Lumenta, D. J., & Mandey, S. L. 2014. Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

ANALISIS PENGARUH HARGA , KUALITAS PELAYANAN, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT BIKIN INDONESIA BERDAYA

- PT. Pos Indonesia (PERSERO) Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Maharani, O., R., Wijayanto., H., dan Abrianto., T., H. 2020. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk pada Kepuasan Konsumen Dimoderasi Oleh Loyalitas (Study Kasus pada Lipstick Wardah). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* Vol. 4 No. 1 Hal. 97-111
- Markus. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Spbu Muara Siban Kecamatan Pulau Pinang Kabupaten Lahat. *MOTIVASI Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol. 5(2): 886-891
- Marpaung, M, V., dan Saputri, M, E. 2021. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe Kopi Massa Kok Tong Lim Ming Tebing Tinggi. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*. Vol. 5(3): 355-361
- Martono, M. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pengguna Kolam Renang Universitas Negeri Yogyakarta Kampus Wates. *Medikora*, 18(1), 27–32.
- Mun'im, Miftahul. 2022. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konveksi SITH Apparel. Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Nuryaman., G., C. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Presepsi Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Pisang Nugget Boogie di Bekasi Utara. Skripsi diterbitkan. Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Pantilu, D., Koleangan, R., dan Roring, F. 2018. Pengaruh Kualitas pelayanan, harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 6(4):3723-3732
- Permatasari, V. A., Astuti, W. T., & Liestyana, Y. 2022. Kepuasan Konsumen sebagai Mediasi Pengaruh Ekuitas Merek dan Inovasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(4), 6578–6592.
- Praja, A., D. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Presepsi Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Skripsi diterbitkan. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Prasasti, G, A., dan Maisara, P. 2022. Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Di Solo Raya. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminstrasi dan Pelayanan Publik*. Vol. 9(2): 276-288
- Pratowo, U., D. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

ANALISIS PENGARUH HARGA , KUALITAS PELAYANAN, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT BIKIN INDONESIA BERDAYA

- Pada CV Syailendra Semarang. Skripsi diterbitkan. Universitas Semarang.
- Ramadhani, A., K. 2023. Analisa Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Skripsi diterbitkan. Universitas Semarang.
- Riyanto, Andi. 2018. Implikasi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Cibadak Sukabumi. Jurnal Ecodemica Vol. 2 No. 1
- Rutjuhan, A., dan Ismunandar. 2020. Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Mahfoed Life Gym. Jurnal Pamator. Vol. 13(1): 105-109
- Sari, N, L, P., dan Mayasari, N, M. 2022. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 4(1): 108-115
- Sholeha, L., Djaja, S., dan Widodo, J. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. Jurnal Pendidikan Ekonomi. Vol. 12(1): 15-25
- Sudarmo, Indriyo Gito. 2014. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta : BPF. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit. Alfabeta
- Suhardi, Y., Zulkarnaini., Burda, A., Darmawan, A., dan Klarisah, A. 2022. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Sekolah Olahraga Binasehat Bekasi). Jurnal STEI Ekonomi (JEMI). Vol. 31(2): 31- 41.
- Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- Trisnawati, Pegi. 2023. Pengaruh Presepsi Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pada Konveksi Bagas Sablon di Kecamatan Grogol Kabupaten Sukoharjo. Skripsi diterbitkan. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Wijaya, H., P. 2023. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Sinar Jaya Konveksi. Skripsi diterbitkan. Universitas Widya Dharma Klaten.