

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data yang merupakan gambaran yang akan digunakan untuk proses selanjutnya yaitu menguji hipotesis. Hal ini dilakukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi responden yang menjadi objek dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan.

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, telah dilakukan penelitian terhadap pelanggan Maxim berjumlah 120 orang. Untuk mengetahui data jenis kelamin responden, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	48	40,0
2	Perempuan	72	60,0
Total		120	120

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Dari tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu perempuan artinya pelanggan Maxim berjumlah 120 orang didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebanyak 72 orang.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	17 – 20	52	43,3
2	21 – 30	29	24,2
3	31 – 40	28	23,3
4	>40	11	9,2
Total		120	120

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia diketahui usia 17-20 tahun menempati tingkat tertinggi artinya pelanggan Maxim didominasi oleh pelanggan yang berusia 17-20 tahun sebanyak 52 orang.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SMP	2	1,7
2	SMA	51	42,5
3	D3	21	17,5
4	S1	43	35,8
5	S2	3	2,5
Total		120	120

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan pendidikan diketahui SMA menempati tingkat tertinggi artinya pelanggan Maxim didominasi oleh pelanggan yang berpendidikan SMA sebanyak 51 orang.

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Karyawan swasta	21	17,5
2	PNS	14	11,7
3	Wiraswasta	9	7,5
4	Pelajar/Mahasiswa	48	40,0
5	Ibu Rumah Tangga	14	11,7
6	Profesional (Dokter,Guru,dll)	4	3,3
7	Petani/Pedagang	10	8,3
Total		120	120

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan diketahui pelajar/mahasiswa menempati tingkat tertinggi artinya pelanggan Maxim didominasi oleh pelajar/mahasiswa sebanyak 48 orang.

4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Hasil jawaban mengenai kuesioner yang disebar kepada 120 responden sebagai berikut :

Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Kendaraan yang digunakan driver Maxim dalam keadaan prima	20	16.7	37	30.8	47	39.2	15	12.5	1	0,8
2	Pakaian yang digunakan driver Maxim bersih dan rapih	8	6.7	35	29.2	55	45.8	19	15.8	3	2.5
3	Driver selalu semengantar ke tujuan sesuai jadwal (ketepatan waktu).	13	10.8	36	30.0	52	43.3	19	15.8	0	0
4	Aplikasi selalu membantu untuk menemukan pengemudi terdekat.	6	5.0	38	31.7	47	39.2	25	20.8	4	3.3
5	Aplikasi merespons permintaan saya dengan cepat	1	0.8	27	22.5	52	43.3	36	30.0	4	3.3
6	Driver selalu cepat menrespon pertanyaan (pesan) saya.	0	0	23	19.2	69	57.5	26	21.7	2	1.7
7	Maxim selalu menjamin tarif yang ditetapkan tidak berubah.	2	1.7	27	22.5	57	47.5	28	23.3	6	5.0
8	Driver maxim selalu memprioritaskan keselamatan penumpang	1	0.8	23	19.2	57	47.5	37	30.8	2	1.7
9	Jika penumpang membutuhkan bantuan, driver akan melakukan yang terbaik untuk membantu.	1	0.8	17	14.2	60	50.0	36	30.0	6	5.0
10	Driver berperilaku baik dan sopan ketika melayani pelanggan	8	6.7	30	25.0	39	32.5	40	33.3	3	2.5

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Dari tabel 4.5 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 120 responden, pernyataan 1 mengenai “Kendaraan yang digunakan driver Maxim dalam keadaan prima” mendapat respon tertinggi dengan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 20 orang atau 16,7%. Sedangkan pernyataan 6 mengenai “Driver selalu cepat menrespon pertanyaan (pesan) saya” mendapat respon terendah dengan jawaban sangat setuju sebanyak 0 orang atau 0%.

Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel Harga (X2)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Harga yang ditetapkan maxim dapat dijangkau oleh semua kalangan	11	9.2	51	42.5	55	45.8	2	1.7	1	0.8
2	Tarif maxim sesuai dengan kemampuan saya	16	13.3	65	54.2	37	30.8	2	1.7	0	0
3	Tidak ada biaya tambahan yang dikenakan kepada pelanggan	40	33.3	54	42.5	24	20.0	5	4.2	0	0
4	Tarif yang ditetapkan sesuai dengan fasilitas yang tersedia	19	15.8	50	41.7	42	35.0	8	6.7	1	0.8
5	Tarif yang ditawarkan maxim cukup kompetitif dibandingkan ojek online lainnya.	20	16.7	49	40.8	41	34.2	8	6.7	2	1.7
6	Tarif maxim yang lebih mahal memberikan pelayanan yang lebih berkualitas	14	11.7	62	51.7	42	35.0	2	1.7	0	0
7	Harga yang di tampilkan di aplikasi maxim jelas	28	23.3	48	40.0	30	25.0	11	9.2	3	2.5
8	Tarif sesuai dengan manfaat yang saya harapkan pada saat menggunakannya.	43	35.8	52	43.3	22	18.3	3	2.5	0	0

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Dari tabel 4.6 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 120 responden pernyataan 8 mengenai “Tarif sesuai dengan manfaat yang saya harapkan pada saat menggunakannya” mendapat respon tertinggi yaitu 43 orang atau 35,8% dengan menjawab sangat setuju, sedangkan pernyataan 1 mengenai “Harga yang ditetapkan maxim dapat dijangkau oleh semua kalangan” mendapat respon terendah dengan jawaban sangat setuju sebanyak 11 orang atau 9,2%.

Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Driver maxim memiliki pengetahuan yang luas tentang daerah yang akan di tuju	27	22.5	55	45.8	34	28.3	4	3.3	0	0
2	Saya merasa puas dengan kondisi kendaraan yang digunakan driver maxim	26	21.7	53	44.2	40	33.3	1	0.8	0	0
3	Saya merasa puas dengan keramahan driver Maxim dalam melayani pelanggan	17	14.2	59	49.2	38	31.7	4	3.3	2	1.7
4	Driver maxim mampu memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan dengan tepat	30	25.0	62	51.7	28	23.3	0	0	0	0
5	Saya Bersedia mereferensikan ojek online maxim kepada keluarga dan teman-teman	14	11.7	63	52.5	39	32.5	4	3.3	0	0
6	Saya dengan senang hati memberikan bintang 4/5 kepada Driver maxim	24	20.0	63	52.5	30	25.0	3	2.5	0	0

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Dari tabel 4.7 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 120 responden pernyataan 4 mengenai “Driver maxim mampu memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan dengan tepat” mendapat respon tertinggi dengan

jawaban sangat setuju yaitu sebesar 30 orang atau 25,0%, sedangkan pernyataan 5 mengenai “Saya Bersedia mereferensikan ojek online maxim kepada keluarga dan teman-teman” mendapat respon terendah dengan jawaban sangat setuju sebanyak 14 orang atau 11,7%.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan kolerasi *product moment*. Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 20.0 . Kriteria pengujian untuk uji validitas ini adalah :

Bila probabilitas (*sig*) < 0,05 maka instrument valid

Bila probabilitas (*sig*) > 0,05 maka instrument tidak valid

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,013	0,05	Sig< Alpa	Valid
Butir 2	0,008	0,05	Sig< Alpa	Valid
Butir 3	0,028	0,05	Sig< Alpa	Valid
Butir 4	0,000	0,05	Sig< Alpa	Valid
Butir 5	0,001	0,05	Sig< Alpa	Valid
Butir 6	0,001	0,05	Sig< Alpa	Valid
Butir 7	0,001	0,05	Sig< Alpa	Valid
Butir 8	0,012	0,05	Sig< Alpa	Valid
Butir 9	0,003	0,05	Sig< Alpa	Valid
Butir 10	0,003	0,05	Sig< Alpa	Valid

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai variabel kualitas pelayanan. Hasil yang didapatkan yaitu nilai Sig < alpha (0,05). Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid.

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Harga (X2)

Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,000	0,05	Sig< Alpa	Valid
Butir 2	0,002	0,05	Sig< Alpa	Valid
Butir 3	0,000	0,05	Sig< Alpa	Valid
Butir 4	0,020	0,05	Sig< Alpa	Valid
Butir 5	0,008	0,05	Sig< Alpa	Valid
Butir 6	0,000	0,05	Sig< Alpa	Valid
Butir 7	0,000	0,05	Sig< Alpa	Valid

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang mengenai variabel harga. Hasil yang didapatkan yaitu nilai Sig < alpha (0,05). Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai variabel harga dinyatakan valid.

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,000	0,05	Sig< Alpa	Valid
Butir 2	0,000	0,05	Sig< Alpa	Valid
Butir 3	0,000	0,05	Sig< Alpa	Valid
Butir 4	0,000	0,05	Sig< Alpa	Valid
Butir 5	0,000	0,05	Sig< Alpa	Valid
Butir 6	0,000	0,05	Sig< Alpa	Valid

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang mengenai variabel kepuasan pelanggan. Hasil yang didapatkan yaitu nilai Sig < alpha (0,05). Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai variabel kepuasan pelanggan dinyatakan valid.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka pengujian kemudian melakukan uji realibilitas terhadap masing-masing instrumen menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan program IBM SPSS 20. Hasil uji realibilitas setelah

dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.11 Daftar Interpretasi Koefisien

Koefisien r	Realibilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang / Cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2010)

Berdasarkan tabel 4.11 ketentuan reliable diatas, maka dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut :

Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien alpha chronbach	Koefisien r	Simpulan
Kualitas pelayanan (X1)	0,678	0,6000 – 0,7999	Tinggi
Harga (X2)	0,701	0,6000 – 0,7999	Tinggi
Kepuasan (Y)	0,751	0,6000 – 0,7999	Tinggi

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.12 nilai cronbach's alpha sebesar 0,751 untuk variabel kepuasan dengan tingkat reliabel tinggi. Nilai cronbach's alpha sebesar 0,701 untuk variabel harga dengan tingkat reliabel tinggi dan nilai cronbach's alpha sebesar 0,678 untuk variabel kualitas pelayanan dengan tingkat reliabel tinggi.

4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

4.3.1 Uji Normalitas

Menurut Imam Ghazali (2011) uji normalitas sampel bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Alat uji yang digunakan adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogrov-Smirnov* (K-S).

Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig	Alpha	Keterangan
Kualitas pelayanan (X1)	0,267	0.05	Normalitas
Harga (X2)	0,171	0.05	Normalitas
Kepuasan (Y)	0,153	0.05	Normalitas

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Dari hasil perhitungan normalitas pada tabel 4.13 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,267 lebih besar dari 0,05 yang berarti H_0 diterima dan nilai signifikansi untuk variabel harga (X_2) sebesar 0,171 lebih besar dari 0,05 yang berarti H_0 diterima dan variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,153 lebih besar dari 0,05 yang berarti H_0 diterima. Hasil nilai signifikansi untuk keseluruhan variabel lebih besar dari nilai *Alpha* (0,05) yang berarti data terdistribusi normal.

4.3.2 Uji Homogenitas

Berfungsi untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi dengan varians homogen atau tidak homogen.

Tabel 4.14 Hasil Uji Homogenitas

Variabel	Sig	Alpha	Keterangan
Kualitas pelayanan (X1)	0,434	0.05	Homogen
Harga (X2)	0,938	0.05	Homogen

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Dari hasil perhitungan uji homogenitas dapat dilihat nilai sig untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) diperoleh sebesar 0,434 dan variabel harga (X_2) diperoleh 0,938 dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa nilai sig > 0,05 yang berarti bahwa varians populasi adalah homogen.

4.3.3 Uji Linearitas

Uji Linearitas adalah untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan salah atau benar. Dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS 20.0.

Rumusan hipotesis:

Ho : model regresi berbentuk linier.

Ha : model regresi tidak berbentuk linier.

Dengan kriteria :

1. Jika probabilitas (sig) > 0,05 (alpha) maka Ho diterima, Ha ditolak
2. Jika probabilitas (sig) < 0,05 (alpha) maka Ho ditolak, Ha diterima

Berikut merupakan hasil dari uji linieritas :

Tabel 4.15 Hasil Uji Linieritas

Variabel	Sig	Alpha	Simpulan	Keterangan
Kualitas pelayanan (X1)	0,601	0,05	Sig > Alpha	Linier
Harga (X2)	0,611	0,05	Sig > Alpha	Linier

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Dari hasil perhitungan linieritas pada tabel 4.15 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel kualitas pelayanan (X₁) dan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,601 lebih besar dari 0,05 yang berarti H₀ diterima dan nilai signifikansi untuk variabel harga (X₂) dan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,611 lebih besar dari 0,05 yang berarti H₀ diterima. Hasil nilai signifikansi untuk keseluruhan variabel lebih besar dari nilai *Alpha* (0,05) yang berarti data dari populasi tersebut linier.

4.4 Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear berganda

Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu kualitas pelayanan (X₁), harga (X₂) dan kepuasan pelanggan (Y). pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS 20.0. Berikut merupakan hasil pengujian regresi berganda :

Tabel 4.16 Hasil Korelasi

Nilai Korelasi (R)	R Square (R ²)
0,735	0,540

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,735 artinya tingkat hubungan antara kualitas pelayanan (X₁), harga (X₂) dan kepuasan pelanggan (Y) adalah positif kuat. Koefisien determinan R² (R Square) sebesar 0,540 artinya bahwa kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi oleh antara pelayanan (X₁), harga (X₂) sebesar 0,540 atau 54,0%. Sedangkan sisanya sebesar 46,0% dipengaruhi oleh faktor/variabel lain diluar penelitian ini.

Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Regresi

	B	Std.Error
Constanta	4,053	1,817
Kualitas pelayanan (X1)	0,092	0,043
Harga (X2)	0,535	0,049

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 4,053 + 0,092 X_1 + 0,535 X_2$$

Keterangan :

- Y = Kepuasan Pelanggan
a = Konstanta
b = Koefisien Regresi
et = Error trem/ unsur kesalahan
X1 = Kualitas pelayanan
X2 = Harga

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Konstanta a sebesar 4,053 menyatakan kepuasan pelanggan Maxim adalah sebesar 4,053 apabila kualitas pelayanan dan harga bernilai = 0.

- b. Koefisien regresi untuk $X_1 = 0,092$ menyatakan bahwa setiap penambahan kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka akan menambah kepuasan pelanggan Maxim sebesar 0,092 satuan.
- c. Koefisien regresi untuk $X_2 = 0,535$ menyatakan bahwa setiap penambahan harga sebesar satu satuan maka akan menambah kepuasan pelanggan Maxim sebesar 0,535 satuan.

4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

4.5.1 Hasil Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi antara konstanta dengan variabel independen. Berdasarkan pengolahan data uji t diperoleh data sebagai berikut:

Kriteria pengambilan keputusan :

- Bila nilai $\text{sig} < \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak
- Bila nilai $\text{sig} > \alpha (0,05)$ maka H_0 diterima

Tabel 4.18 Hasil Uji t

	t_{hitung}	Signifikansi
Kualitas pelayanan (X_1)	2,129	0,035
Harga (X_2)	11,004	0,000

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

1. Pengaruh Kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

H_0 :Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maxim

H_a : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maxim

Dari tabel 4.18 terlihat pada variabel kualitas pelayanan (X_1) bahwa nilai t-hitung sebesar $2,129 > t\text{-tabel } 1,64$ dan nilai $\text{sig} (0,035) < 0,05$ maka H_0 ditolak. Artinya Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maxim.

2. Pengaruh Harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Ho : Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maxim

Ha : Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maxim

Dari tabel 4.18 terlihat pada variabel harga (X_2) bahwa nilai t-hitung sebesar 11,004 > t-tabel 1,64 dan nilai sig (0,000) < 0,05 maka H_0 ditolak. Artinya Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maxim.

4.5.2 Hasil Uji F

Uji F merupakan uji simultan (keseluruhan, bersama-sama). Uji simultan ini bertujuan untuk menguji apakah antara kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y).

Ho : Kualitas pelayanan dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maxim

Ha : Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maxim.

Dengan kriteria :

Jika nilai Sig < 0.05 maka Ho ditolak, Ha diterima

Jika nilai Sig > 0.05 maka Ho diterima, Ha ditolak.

Tabel 4.19 Hasil Uji F

F_{hitung}	Signifikansi
68,723	0,000

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Untuk menguji F dengan tingkat kepercayaan 95% atau alpha 5% dan derajat kebebasan pembilang sebesar $k - 1 = 2$ dan derajat kebebasan penyebut sebesar $n - k = 120 - 3 = 117$ sehingga diperoleh F tabel sebesar 3,07 dan F hitung 68,723.

Dari tabel 4.19 terlihat bahwa nilai F-hitung sebesar 68,723 > t-tabel 3,07 dan nilai sig < 0.05 yaitu 0.000 < 0.05 maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Artinya

Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maxim.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Hasil penelitian menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maxim. Hal ini dikarenakan jika pelayanan yang dirasakan pelanggan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan. Kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan akan mempengaruhi konsumen dalam menilai pelayanan yang apabila kualitas pelayanan diberikan dengan baik maka hal tersebut akan menghasilkan kepuasan konsumen yang baik pula. Menurut *Lovelock et al. (2015)* fokus pemasaran terhadap kualitas pelayanan adalah jelas: rendahnya kualitas akan menempatkan perusahaan pada kerugian kompetitif, berpotensi mengusir pelanggan yang tidak puas. Berdasarkan hasil penelitian *Sembiring (2014)* dan *Moha dan Loindong (2016)* menyatakan bahwa kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.6.2 Pengaruh Harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Hasil penelitian menjelaskan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maxim. Hal ini dikarenakan apabila harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan hasil produk, maka hal itu dapat menurunkan tingkat kepuasan konsumen. Sebaliknya jika harga yang ditetapkan sesuai dengan hasil yang diterima maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (*Diapinsa, 2017*). Harga adalah hal yang menjadi pertimbangan para konsumen untuk memutuskan pembelian. Pelanggan yang sensitif, biasanya harga yang murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *valuer for money* yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga. Berdasarkan

hasil penelitian Noeraini (2016) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.6.3 Pengaruh Kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Hasil penelitian menjelaskan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Maxim. Kualitas pelayanan dan harga akan mempengaruhi konsumen dalam menilai pelayanan yang apabila kualitas pelayanan diberikan dengan baik dan pelanggan yang sensitif, biasanya harga yang murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *valuer for money* yang tinggi maka hal tersebut akan menghasilkan kepuasan konsumen yang baik pula. Berdasarkan hasil penelitian Nafisa (2018) menyatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan Kualitas layanan dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Go-jek di surabaya.kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.