

**PENGARUH KREATIVITAS HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA JM DEKORASI**

DI PURWODADI

NASKAH PUBLIKASI



Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Kelulusan
Pada Jenjang Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen

Nama : Candra Satrio Utomo

Nim : C0118016

Pembimbing 1 : Drs. Abdullah Zailani, S.E., S.Ag., M.Pd., M.Si

Pembimbing 2 : Drs. Syahri Al Husin, M.S

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA**

2022



UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERNYATAAN PENULISAN

Judul : Pengaruh Kreativitas Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Konsumen Pada JM Dekorasi Di Purwodadi

Nama : Candra Satrio Utomo

NIM : C0118016

1. Saya menyatakan dan bertanggung jawab dengan sebenarnya bahwa penelitian ini adalah hasil karya saya sendiri. Jika pada suatu saat ada pihak yang mengklaim bahwa penelitiann ini sebagai karyanya yang disertai dengan bukti yang cukup, maka saya bersedia membatalkan gelar saya beserta hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut.
2. Saya menyatakan bahwa hasil penelitian ini diperbolehkan untuk disebarluaskan dan dipublikasikan secara umum oleh Universitas Tunas Pembangunan Surakarta bersama dengan dosen pembimbing.

Surakarta, 18 Juli 2022



Candra Satrio Utomo



UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

LEMBAR PERSETUJUAN NASKAH PUBLIKASI

(PERNYATAAN PEER REVIEWER)

Judul : Pengaruh Kreativitas Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada JM Dekorasi Di Purwodadi

Nama : Candra Satrio Utomo

NIM : C0118016

Naskah Publikasi ini telah memenuhi syarat sebagai Artikel Ilmiah dan dapat diajukan dalam Jurnal Ilmiah, berdasarkan atas hasil karya ilmiah/penelitian yang telah Peneliti selesaikan.

Surakarta,2022

Pembimbing II

Drs. Syahri Ahlusen , M.S
NIDN. 0628016201

Pembimbing I

Abdullah Zailani, SE, S.Ag, M.Pd, M.Si
NIDN. 0010127201



UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

LEMBAR PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

Judul : Pengaruh Kreativitas Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada JM Dekorasi Di Purwodadi

Nama : Candra Satrio Utomo

NIM : C0118016

Naskah Publikasi ini telah diujikan di depan dewan penguji

pada hari / tanggal : Surakarta, 18 Juli 2022

1. Ketua Penguji : Drs. Trio Handoko, M.M
2. Sekretaris : Drs. Daryono, M.Si
3. Anggota : Abdullah Zailani, S.E., S.Ag., M.Pd., S.Si

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tunas Pembangunan

Surakarta

(Drs. Trio Handoko, M.M)
NIDN : 0630055901

Ketua Program Studi Manajemen

Kurniawati Darmaningrum, SE., MM
NIDN: 0621019302

PENGARUH KREATIVITAS HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA JM DEKORASI

DI PURWODADI

Candra Satrio Utomo

ABSTRAK

Tujuan yang ingin diperoleh dai hasil penelitian ini adalah 1) Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh secara parsial kreativitas, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen 2) Untuk menganalisis dan menjelaskan interaksi pengaruh secara bersama-sama antara kreativitas, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Penelitian ini dilakukan pada konsumen JM Dekorasi di Kabupaten Purwodadi. Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen JM Dekorasi Kabupaten Purwodadi yang sebaran populasinya tidak dapat ditentukan secara pasti. Berdasarkan perhitungan, maka jumlah sampel yang diteliti adalah sebesar 96 responden.

Hasil penelitian disimpulkan bahwa terdapat pengaruh baik secara parsial antara kreativitas, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Interaksi pengaruh secara sebesar 77,60%, sedangkan sisanya 22,40% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini,

Kata kunci: kreativitas, harga, dan kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

ABSTRACT

The objectives to be obtained from the results of this study were 1) To analyze and explain the partial effect of creativity, price, and service quality on consumer satisfaction 2) To analyze and explain the joint influence interaction between creativity, price, and service quality on satisfaction consumer

This research was conducted on consumers of JM Decor in Purwodadi Regency. In this study, the population is the consumers of JM Decor, Purwodadi Regency whose population distribution cannot be determined with certainty. Based on the calculations, the number of samples studied was 96 respondents.

The results of the study concluded that there was a partial good influence between creativity, price, and service quality on consumer satisfaction. The interaction effect is 77.60%, while the remaining 22.40% is influenced by other variables outside the variables studied in this study,

Keywords: creativity, price, and quality of service, customer satisfaction

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia bisnis khususnya pada bidang persewaan dekorasi harus memikirkan cara untuk meningkatkan skala bisnis yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan pasar, sehingga usaha tersebut bisa menghadapi persaingan bisnis dengan usaha penyewaan yang lebih besar. Dalam menghadapi persaingan bisnis dituntut untuk bisa mengambil keputusan sehingga dapat digunakan untuk strategi penyewaan dekorasi yang baru. Agar bisa meningkatkan jumlah penyewa dekorasi membutuhkan sumber informasi untuk dapat dianalisis lebih baik.

JM Dekorasi merupakan suatu usaha dekorasi yang menyediakan jasa penyewaan dekorasi yang sudah memiliki banyak pelanggan. Namun dalam usaha bisnis ini data penyewaan dekorasi tersebut belum diolah dengan baik sehingga kadang terjadi ketidakpuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah usaha harus mempunyai strategi-strategi dalam menjualkan makanannya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang ulang.

Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat . Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan.

Kreativitas sangat diperlukan diacara pernikahan layaknya dekorasi, rundown acara, gaun dan jas pengantin. Kreativitas merupakan suatu kemampuan pada diri seseorang yang menandai seseorang berfikir Kreatif. Kreativitas biasanya akan muncul manakala diperlukan untuk memecahkan suatu permasalahan atau ditantang untuk menemukan pemikiran, gagasan, ide, produk dan lainnya (Windyariani, 2019:35). Kreativitas yang baik akan dapat memuaskan konsumen.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk

tersebut. Menurut Walton harga dan kualitas memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan, masih ada sedikit bukti empiris mengeksplorasi hubungan ini. Hal ini merupakan salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh perusahaan, sehingga konsumen akan berfikir lagi untuk menggunakan produk tersebut dan akan merasa tidak puas setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong, (2012: 49) “Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa yang dibutuhkan atau diinginkan konsumen”.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Hal yang harus diperhatikan perusahaan dalam melayani konsumen di antaranya yaitu harus memiliki sikap baik, ramah kepada konsumen karena ini membuat kualitas pelayanan semakin baik dan diharapkan sesuai apa yang di minta oleh konsumen itu sendiri. Dalam menilai perusahaan, konsumen akan melihat kualitas pelayanan yang ada di sebuah perusahaan. Menurut Olsen dan Wyckoff dalam Yamit (2013: 22) definisi secara umum dari kualitas pelayanan adalah “Perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja kualitas pelayanan”.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ratnasari, A. (2016), Stefani, dan Imam (2019). menyatakan bahwa harga dan kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini berbeda yang dilakukan oleh

Utama, dkk (2021), Iskandar dan Subagyo (2019), Rinawati, Hairudinor, dan Utomo (2019), Syaleh (2017) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Harga jasa JM Dekorasi di Purwodadi cukup terjangkau oleh masyarakat yang ingin membeli jasanya seperti adanya variasi model Dekorasi yang di inginkan oleh masyarakat itu sendiri.

Berdasarkan pendapat di atas dapat di simpulkan bahwa dengan kualitas pelayanan yang baik, maka para konsumen akan merasa nyaman untuk melakukan pembelian, hal ini akan membentuk hubungan yang baik dengan badan usaha itu sendiri. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Djauharuddin, dkk (2020), Amrullah, Siburian, dan ZA (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Utama, dkk (2021) bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen.

Berdasarkan pada *research gap* tersebut di atas menunjukkan masih terdapat perbedaan hasil penelitian (*inconcistency result*) dari masing-masing variabel yang diprediksi dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih lanjut hal-hal yang berkaitan penyebab kepuasan konsumen pada JM Dekorasi di Purwodadi. Judul penelitian yang penulis ajukan adalah: **Pengaruh Kreativitas Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan**

Konsumen Pada JM Dekorasi di Purwodadi.

2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini antara lain :

1. Apakah terdapat pengaruh kreativitas terhadap kepuasan konsumn pada JM Dekorasi ?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumn pada JM Dekorasi ?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumn pada JM Dekorasi ?
4. Apakah ada interaksi pengaruh secara bersama-sama antara kreativitas, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumn pada JM Dekorasi ?

3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin diperoleh dai hasil penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kreativitas terhadap kepuasan konsumen pada JM Dekorasi di Purwodadi, menganalisis dan menjelaskan pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada JM Dekorasi di Purwodadi, menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada JM Dekorasi di Purwodadi, dan menganalisis dan menjelaskan interaksi pengaruh secara bersama-sama antara kreativitas, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada JM Dekorasi di Purwodadi.

4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian pada konsumen JM Dekorasi di Purwodadi antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Yaitu sebagai tambahan referensi dan wawasan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan/ Pengembangan IPTEK bidang manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan kepuasan konsumen, dan sebagai masukan bagi penelitian selanjutnya dalam mengembangkan penelitian mengenai pengaruh kreativitas harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pimpinan JM Dekorasi dapat digunakan sebagai bahan masukan sesuai dengan hasil penelitian dalam rangka menentukan kebijakan tentang harga dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
- b. Bagi penulis berguna untuk memperluas wawasan ilmu manajemen pemasaran khususnya pengaruh kreativitas harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- c. Bagi Lembaga
Dapat menambah kepustakaan dan sebagai referensi khususnya bagi mahasiswa-mahasiswa yang akan menyusun skripsi dengan tema yang sama yaitu masalah keterkaitan antara kreativitas harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

B. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

1. Tinjauan Pustaka

Kegiatan utama yang dilakukan setiap pelaku bisnis dalam mempertahankan keberlangsungan hidup usahanya adalah memasuki sebuah pasar, dengan cara memasarkan suatu produk. Keberhasilan setiap pelaku bisnis tergantung bagaimana cara atau strategi yang diterapkan perusahaan dalam memasarkan produknya, agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Kegiatan pemasaran berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan banyak orang, maka dari itu produsen harus memberikan kualitas yang diharapkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat yang sama dengan pengorbanannya agar terpenuhi kebutuhannya. Menurut American Marketing Association (AMA) dalam Kotler dan Keller (2012: 5).

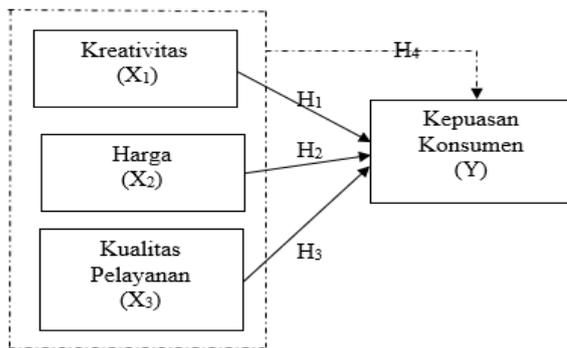
Harga dalam pemasaran memiliki peran yang sangat penting harga merupakan sesuatu yang diperhatikan oleh seorang konsumen pada saat melakukan pembayaran di dalam melakukan pembelian. Harga bagi konsumen hal sangat penting untuk melakukan pembelian, karena harga menjadi faktor utama dalam mempengaruhi seorang konsumen untuk membeli produk/jasa. Menurut Kotler dan Armstrong (2012: 49) “Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa yang dibutuhkan atau diinginkan konsumen”.

Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkan terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal. Nilai ekonomis diciptakan oleh kegiatan yang terjadi dalam mekanisme pasar antar pembeli dan penjual.

“Kreativitas adalah suatu kemampuan untuk menyelesaikan masalah yang memberi kesempatan individu untuk menciptakan ide-ide asli atau adaptif terhadap fungsi kegunaannya secara penuh untuk berkembang” (Widayatun, 2013: 18).

Kualitas pelayanan merupakan segala cara yang dilakukan oleh perusahaan guna untuk memenuhi keinginan atau harapan konsumen. Di dalam sebuah perusahaan kualitas harus memberikan yang terbaik terhadap apa yang diperlukan oleh seorang konsumen. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, akan membuat perusahaan dapat dipercaya oleh banyak konsumen serta kebutuhan untuk memperoleh barang dan jasa konsumen akan terpenuhi.

2. Kerangka Pikiran



3. Hipotesis

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kreativitas terhadap kepuasan konsumen JM Dekorasi di Purowodadi.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen JM Dekorasi di Purowodadi.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen JM Dekorasi di Purowodadi.
4. Terdapat interaksi pengaruh positif dan signifikan secara simultan kreativitas harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen JM Dekorasi di Purowodadi.

C. METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini ada beberapa cara adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala likert 5 poin 5.

2. Interview

Merupakan teknik pengambilan data di mana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali informasi dari responden. Peneliti akan melakukan wawancara kepada pihak konsumen JM Dekorasi di Purwodadi untuk mendapatkan data tertentu, terutama apabila data yang diperoleh melalui metode dokumentasi ada yang belum jelas.

D. GAMBARAN UMUM PENELITIAN

Perusahaan JM Dekorasi purwodadi di dirikan oleh muhammad misbakul Munir pada tahun 2015 sampai saat ini (2022), JM singkatan dari Jiyem dan Misbah Jiyem adalah orang tua sang pemilik yaitu Misbah. JM .Dekorasi terletak di kampung majenang desa kuripan kecamatan purwodadi kabupaten grobogan. tempat ini dipilih karena tempat kelahiran sang pemilik dan jalannya mudah di akses kendaraan.

Pemilik JM.Dekorasi di bekal pengalaman kerja di bidang dekor pelaminan semasa mudanya, sebelum mendirikan dekorasi sendiri pemilik ikut orang lainsambil menekunini dan belajar seperti, pemasaran dan model dekorasi jaman ke jaman. dengan memberanikan diri pemilik membuka dekorasi sendiri yaitu JM.Dekorasi walupun banyak saingan dekorasi yang bermunculan dengan harga yang murah, JM.Dekorasi mungutamakan kualitas dekorasi walaupun sedikit lebih mahal daei dekorasi lainnya supaya costomer tidak kecewa.

Dengan bantuan teknologi jaman sekarang pemilik dapat memasarkan di google, facebook, instagram dll. Customer dapat memilih model dekorasi seperti apa dan dapat reques model dekorasi yang inginkan dengan

catatan 1 minggu sebelum pemasangan. JM.

E. ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

1. Statistik Deskriptif

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen. Variabel independen terdiri dari variabel kreativitas, harga, dan kualitas pelayanan. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan data primer dari penyebaran kuesione pada 96 responden konsumen JM Dekorasi di Purwodadi.

Tabel V. 11

Hasil uji Statistik Deskriptif

Statistics

		Kepuasan Konsumen	Kreativitas	Harga	Kualitas Pelayanan
N	Valid	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0
Mean		24.7396	28.4167	32.6979	27.7500
Median		25.0000	28.0000	32.0000	27.0000
Mode		23.00 ^a	25.00	31.00	27.00
Std. Deviation		2.79565	3.66970	3.94200	3.66491
Minimum		19.00	21.00	26.00	20.00
Maximum		30.00	35.00	40.00	35.00
Sum		2375.00	2728.00	3139.00	2664.00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Variabel kepuasan konsumen dengan nilai minimum sebesar 19,00 dan nilai maksimum sebesar 30,00, dengan *mean* (rata-rata) sebesar 24,73 dengan standar deviasi sebesar 2,79. Untuk variabel kreativitas menunjukkan nilai

minimum sebesar 21,00 nilai maksimum sebesar 35,00 *mean* (rata-rata) sebesar 28,42 dengan standar deviasi sebesar 3,67. Selanjutnya hasil analisis dengan menggunakan statistik deskriptif terhadap variabel harga menunjukkan nilai minimum sebesar 26,00 nilai maksimum sebesar 40,00 *mean* (rata-rata) sebesar 32,70 dengan standar deviasi sebesar 3,94.

Untuk variabel kualitas playanan diketahui nilai minimum sebesar 20,00 dan nilai maksimum sebesar 35 dengan *mean* (rata-rata) sebesar 27,75 dengan standar deviasi sebesar 3,06.

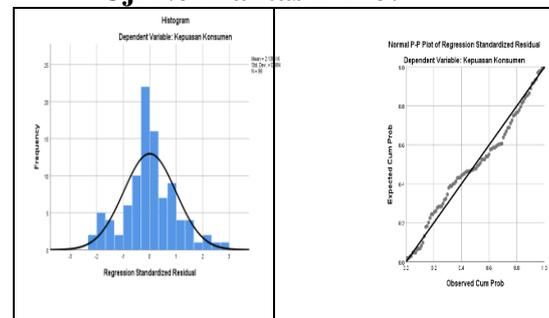
2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kolmogorov Smirnov Test. Ho dari uji Kolmogorov Smirnov adalah “nilai residu berdistribusi normal“, diterima apabila harga signifikan asimtotis $> 5\%$.

Dari hasil perhitungan diketahui besarnya harga signifikan asimtotis = $0,052 > 0,05$ (lihat lampiran 6). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima artinya bahwa nilai residu berdistribusi normal.

Gambar 2.
Uji Normalitas P-Plot



Sumber: Hasil Olahan SPSS Ver. 25. (lampiran 6a)

Pada grafik Normal PP-Plot pada gambar 2 dapat terlihat

pola penyebaran data dimana data yang berbentuk titik atau lingkaran kecil menyebar mengikuti garis lurus diagonal di sekitar diagram. Dengan berlandaskan pedoman penilaian Normalitas data maka disimpulkan bahwa data residu dari variabel independen (X_1 , X_2 , dan X_3) yang diteliti adalah data yang berdistribusi normal. Dengan demikian uji Normalitas ini menunjukkan terpenuhi asumsi normalitas data.

a. Uji Multikolonieritas

Multikolinearitas adalah suatu kondisi dimana satu atau lebih variabel bebas berkorelasi dengan variabel bebas lainnya, atau dengan kata lain suatu variabel bebas merupakan fungsi linier dari variabel bebas lainnya. Untuk mengetahui ada tidaknya masalah multikolinearitas maka digunakan metode **Marquardt**, dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF). dan hasilnya seperti yang tertera dalam tabel berikut:

Tabel V.12.
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1	Kreativitas	.620
	Harga	.423
	Kualitas Pelayanan	.471

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil olahan SPSS (Lampiran 6b).

Berdasarkan pada Table V.9. nilai VIF dari masing-masing variabel bebas tidak ada yang melebihi 10. Menurut **Marquardt** apabila nilai VIF tidak melebihi 10, berarti tidak terdapat gejala multikolinieritas. Dengan demikian dapat disimpulkan pada penelitian ini tidak ada gejala multikolinieritas pada masing-masing variabel independennya.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji scatterplot. Grafik Scatterplot penelitian ini terlihat menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedestisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi kepuasan konsumen berdasarkan masukan variabel independennya (kreativitas, harga dan kualitas pelayanan).

Hasil uji heteroskedastisitas dengan *scatterplot* menunjukkan titik-titik yang menyebar secara tidak beraturan secara acak di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut ini.

Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.900	1.270		2.284	.025
Kreativitas	.116	.048	.152	2.427	.017
Harga	.257	.054	.362	4.773	.000
Kualitas Pelayanan	.366	.055	.480	6.673	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

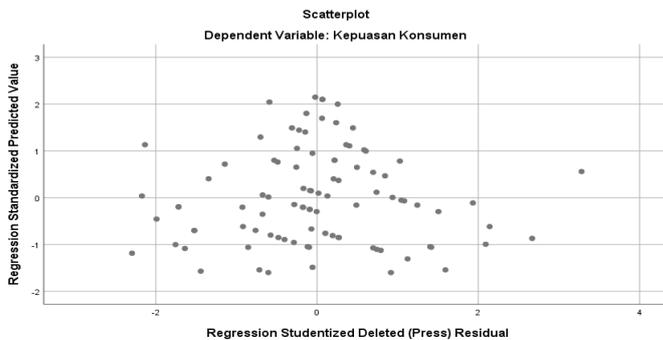
$$R^2 = 0,778$$

$$\text{Adjusted } R^2 = 0,769$$

$$F = 106,360^{**}$$

Gambar 3.

Hasil Uji Heteroskedastisitas - Scatterplot



Sumber: Hasil olahan SPSS, 2022.

c. Uji Autokorelasi

Berhubung data penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, maka untuk uji autokorelasi pada data penelitian ini tidak diperlukan.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil dari analisis regresi linier berganda yaitu pengaruh kreativitas, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen JM Dekorasi di Purwodadi disajikan pada Tabel V.13.

Tabel V.13.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Sumber : Olahan SPSS 2022. (lihat lampiran 7)

Keterangan : * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$

Berdasarkan pada Tabel V.13 di atas dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2,900 + 0,116 X_1 + 0,257 X_2 + 0,366 X_3 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi berganda di atas sebagai berikut:

$$a = 2,900$$

Nilai konstanta pada persamaan regresi sebesar 2,900 menunjukkan kepuasan konsumen JM Dekorasi apabila tidak ada variabel kreativitas, harga dan kualitas layanan, maka kepuasan konsumen hanya sebesar 2,900. Hal ini mengindikasikan bahwa JM Dekorasi benar-benar harus memenuhi masalah kreativitas, harga dan kualitas pelayanan, seperti yang diinformasikan oleh responden melalui jawaban dari kuesioner.

$$b_1 = 0,116$$

Besarnya nilai koefisien regresi variabel kreativitas menunjukkan nilai positif sebesar 0,116 memberikan indikasi bahwa

faktor kreativitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya apabila kreativitas JM Dekorasi ditingkatkan, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

$$b_2 = 0,257$$

Nilai $b_2 = 0,257$ menunjukkan besarnya nilai koefisien variabel harga positif sebesar 0,257. Hal ini memberikan makna bahwa faktor persepsi tentang harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen JM Dekorasi. Hal ini menunjukkan apabila persepsi tentang harga ditingkatkan, maka akan semakin meningkat pula kepuasan konsumen.

$$b_3 = 0,366$$

Berdasarkan *output* uji regresi yang telah dilakukan, nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan positif sebesar 0,366. Hasil ini mengindikasikan pengaruh positif variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen JM Dekorasi. Hal ini menunjukkan apabila kualitas pelayanan ditingkatkan, maka akan semakin meningkat pula kepuasan konsumen.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Uji-t digunakan untuk menguji apakah variabel bebas secara parsial (individu) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel tidak bebas. Kriteria signifikan adalah apabila nilai $t_{tabel} < t_{hitung}$ maka tidak berpengaruh signifikan, dan apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka berpengaruh signifikan.

Adapun hasil perhitungan uji-t dengan menggunakan bantuan *software SPSS for Windows versi 25.0*, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel V.14.
Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji-t)

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.900	1.270		2.284	.025
	Kreativitas	.116	.048	.152	2.427	.017
	Harga	.257	.054	.362	4.773	.000
	Kualitas Pelayanan	.366	.055	.480	6.673	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olahan SPSS 2022

Dari tabel V.14. melalui hasil uji-t dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Uji-t pada variable kreativitas (X_1) menghasilkan t_{hitung} yaitu 2,427 dengan nilai signifikansi $\alpha = 0,017$ ($sig. < \alpha$ atau $0,017 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel kreativita (X_1) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap variable kepuasan konsumen.
- Uji-t pada variabel harga (X_2) menghasilkan t_{hitung} 4,773 dan

p-value (sig) sebesar 0,000 pada $\alpha = 0,001$ (sig. < α atau $0,000 < 0,01$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga (X_2) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

- c. Uji-t pada variable kualitas pelayanan (X_3) menghasilkan t_{hitung} 6,673 dan nilai sig sebesar 0,00 pada $\alpha = 0,01$ (sig. < α atau $0,000 < 0,01$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_3) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.
- d. Berdasarkan pada nilai *Standardized Coefficient, Beta* (SC Beta) diketahui bahwa SC Beta yang terbesar adalah kualitas pelayan yaitu 0,480. Dengan demikian variabel kualitas pelayanan adalah factor yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

b. UJI F

Uji F digunakan untuk menguji apakah sekelompok variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria signifikan adalah apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel independen (kreativitas, harga dan kualitas pelayanan) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Dan apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Adapun hasil perhitungan uji F dengan menggunakan bantuan *software SPSS for*

Windows versi 25.0, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel V.15.
Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji-F)

ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	576.320	3	192.107	106.360	.000 ^b
1	Residual	166.170	92	1.806		
	Total	742.490	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kreativitas, Harga

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Dari tabel V.15. melalui hasil uji F dapat diketahui *nili sig.* sebesar 0,000 pada $\alpha = 0,01$ (sig < α atau $0,000 < 0,01$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (kreativitas, harga dan kualitas pelayanan) secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) JM Dekorasi.

c. Nilai Koefisien Determinasi

Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel dependen yang diterangkan oleh variabel independen secara bersama-sama. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh variabel-variabel bebas dapat menerangkan dengan baik variabel tidak bebas. Tingkat ketepatan regresi dinyatakan dalam koefisien determinasi yang besarnya antara nol sampai dengan satu. Jika *adjusted R²* mendekati

satu, maka variabel bebas yang dipakai dapat menerangkan dengan baik variabel tidak bebasnya. Namun jika *adjusted R²* mendekati nol, maka variabel bebas yang dipakai semakin tidak dapat menerangkan dengan baik variabel tidak bebasnya.

Adapun hasil perhitungan uji koefisien determinasi dengan menggunakan bantuan *software SPSS for Windows versi 25.0*, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel V.16.
Uji koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.881 ^a	.776	.769	1.34395

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kreativitas, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Primer diolah, 2022.

Dari tabel V.16. melalui hasil nilai koefisien determinasi dapat diketahui bahwa *adjusted R²* untuk besarnya pengaruh ketiga variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen adalah sebesar 0,776. Hal ini berarti bahwa 77,60% variabel kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel kreativitas, harga dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya, yaitu 0,224 (1 - 0,9140) atau 22,40% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini, diantaranya; promosi, citra perusahaan, dan lokasi perusahaan.

Dari hasil analisis data yang peneliti lakukan dan telah lolos dari uji asumsi klasik, maka dapat dilakukan pembahasan untuk masing-masing

hipotesis yang telah dirumuskan pada bab sebelumnya sebagai berikut:

1. H₁ : Terdapat pengaruh positif dan signifikan kreativitas terhadap kepuasan konsumen JM Dekorasi di Purowodadi..

Berdasarkan hasil perhitungan uji-t pada tabel V.14. menunjukkan bahwa variabel kreativitas (X₁) menghasilkan nilai sig. sebesar 0,017 pada $\alpha = 0,05$ (sig. < α atau 0,017 < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel kreativitas (X₁) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap variable kepuasan konsumen. Artinya apabila kreativitas ditingkatkan, maka kepuasan konsumen akan ikut meningkat, dengan anggapan faktor-faktor lain konstan. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Munthe, (2019).

2. H₂ : Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen JM Dekorasi di Purowodadi.

Berdasarkan hasil perhitungan uji-t pada tabel V.14, menunjukkan bahwa variabel harga (X₂) menghasilkan nilai sig. sebesar 0,000 pada $\alpha = 0,01$ (sig < α atau 0,008 < 0,01). Hal ini menunjukkan bahwa harga (X₂) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Artinya apabila perspsi tentang harga ditingkatkan, maka kepuasan konsumen akan ikut meningkat, dengan anggapan faktor-faktor lain konstan. Penelitian ini sejalan dengan hasil temuan peneliti Stefani dan Imam (2019), Lumintang, Joyce. Merlyn (2018) dan Ratnasari (2016).

3. H₃ : Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen JM Dekorasi di Purowodadi.

Berdasarkan hasil perhitungan uji-t pada tabel V.14, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X₃) menghasilkan nilai sig. sebesar 0,000 pada signifikansi $\alpha = 0,01$ (sig. < α atau 0,000 < 0,01). Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X₃) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya apabila kualitas pelayanan ditingkatkan, maka kepuasan konsumen akan ikut meningkat, dengan anggapan faktor-faktor lain konstan. Penelitian ini didukung hasil temuan peneliti Stefani dan Imam (2019), Lumintang, Joyce. Merlyn (2018) dan Ratnasari (2016).

- 4.H4. Terdapat interaksi pengaruh positif dan signifikan secara simultan kreativitas harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen JM Dekorasi di Purowodadi..

Melalui hasil uji F diketahui bahwa *nilai sig.* sebesar 0,000 pada $\alpha = 0,01$ (sig < α atau 0,000 < 0,01). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (kreativitas, harga dan kualitas pelayanan) secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) JM Dekorasi. Artinya apabila kreativitas, harga dan kualitas pelayanan ditingkatkan secara bersama-sama, akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

F. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis terhadap data pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara empiris variabel kreativitas mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen JM Dekorasi. Artinya kreativitas ditinngkatkan maka akan mengakibatkan meningkatnya kepuasan konsumen.
2. Secara empiris variabel harga mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen JM Dekorasi. Artinya harga ditingkatkan, maka akan mengakibatkan meningkatnya kepuasan konsumen.
3. Secara empiris variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen JM Dekorasi.. Artinya kualitas pelayanan ditingkatkan, maka akan mengakibatkan meningkatnya kepuasan konsumen.
5. Variabel independen (kreativitas, harga dan kualitas pelayanan) secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) JM Dekorasi. Artinya apabila kreativitas, harga dan kualitas pelayanan ditingkatkan secara bersama-sama, akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen..

Implikasi

Kreativitas, harga dan kualitas pelayan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Dalam membangun kepuasan pelanggan, yang harus dipertimbangkan adalah

meningkatkan ketiga faktor tersebut karena mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, implikasinya adalah : kreativitas, harga dan kualitas pelayanan dapat di tingkatkan dengan salah satu setrategi menjaga kepuasan konsumen.

C. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, maka penulis memiliki beberapa saran yang dapat diberikan kepada pengelola JM Dekorasi di Purwodadi sebagai berikut:

1. Mengingat kreativitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, maka kreativitas dekorasi perlu ditingkatkan dalam menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang baru seperti pembaharuan pada tampilan yang lebih meriah dipandang mata. Perlu melakukan inovasi terbaru baik dalam hal produk seperti varian dekorasi yang ditambah.
2. JM Dekorasi perlu terus mempertahankan harga yang sesuai dengan persepsi konsumen, selain itu upaya lainnya yang dapat dilakukan adalah dengan menetapkan strategi pengurangan harga seperti pemberian diskon, serta melakukan penyesuaian terkait fasilitas yang diterima oleh konsumen sebanding dengan harga yang konsumen bayarkan. Dengan strategi ini, harapannya JM Dekorasi dapat menarik konsumen untuk terus loyal menggunakan jasa JM Dekorasi dibanding dengan jasa dekorasi lainnya.
3. Bagi pemilik usaha agar menambah kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan keberhasilan usahanya, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, juga agar produk yang dihasilkan dapat

- menjadi unggulan yang diperhitungkan pesaing
4. Kepada peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian sejenis dengan menambah skala penelitian seperti menambah variabel yang lebih banyak mempengaruhi kinerja karyawan, sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih akurat.