

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
(Studi Kasus pada Klinik Induk Medika Kelurahan Rambutan)**

**Sri Lestari<sup>1\*</sup>, Agus Santhuso<sup>2</sup>, Sanjoyo<sup>3</sup>, Muhammad Muzaki<sup>4</sup>**  
<sup>1,2,3,4</sup>Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Islam As-Syafi'iyah

Email: <sup>1</sup>[srilestari.feb@uia.ac.id](mailto:srilestari.feb@uia.ac.id), <sup>2</sup>[agussanthuso.feb@uia.ac.id](mailto:agussanthuso.feb@uia.ac.id), <sup>3</sup>[sanjoyo.feb@uia.ac.id](mailto:sanjoyo.feb@uia.ac.id),  
<sup>4</sup>[muzakkifajari151@gmail.com](mailto:muzakkifajari151@gmail.com)

Koresponden\*: [srilestari.feb@uia.ac.id](mailto:srilestari.feb@uia.ac.id)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Klinik Induk Medika. Sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebanyak 100 responden pasien Klinik Induk Medika. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability* sampling dengan pendekatan *purposive sampling*. Pengujian pada penelitian ini menggunakan uji validitas uji reliabilitas uji asumsi klasik. Analisis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, analisis korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} 9.132 > t_{tabel} 1,984$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan pada variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} 8,571 > t_{tabel} 1,984$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Nilai koefisien determinasi sebesar 0,581, Hal ini berarti Nilai koefisien determinasi yang mendekati nilai 1 berarti Harga dan Kualitas Pelayanan dengan 58,1% mampu menjelaskan Kepuasan Pelanggan secara baik, sisanya 41,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

**Abstract**

*This study aims to determine the effect of price quality and service quality on customer satisfaction at the Medika Main Clinic. The sample used in this study uses the Slovin formula of 100 respondents of Medika Main Clinic patients. This study uses a non-probability sampling technique with a purposive sampling approach,. Testing in this study uses validity tests, reliability tests, classical assumption test. The analysis in this study uses multiple regression analysis, correlation analysis, coefficient of determination and hypothesis testing. The results of this study indicate that the Price variable ( $X_1$ ) has a positive and significant effect on Customer Satisfaction (Y) indicated by a t-count value of  $9.132 > t\text{-table } 1.984$  and a significant value of  $0.000 < 0.05$ . While the variable of Service Quality ( $X_2$ ) has a positive and significant effect on Customer Satisfaction (Y) indicated by the t-value of  $8.571 > t\text{-table } 1.984$  and a significant value of  $0.000 < 0.05$ . The coefficient of determination value is 0.581, this means that the coefficient of determination value approaching 1 means that Price and Service Quality with 58,1% are able to explain Customer Satisfaction well, the remaining 41,9% is influenced by other variables not studied.*

**Keywords:** Price, Service Quality, Customer Satisfaction

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Sektor jasa mengalami perkembangan yang sangat pesat, seperti sektor perbankan, asuransi, hotel, transportasi, komunikasi dan pariwisata. Demikian pula dalam bidang industri jasa kesehatan baik rumah sakit, puskesmas maupun klinik. Kesehatan menjadi kebutuhan paling penting bagi masyarakat, karena berbagai macam kegiatan sehari – hari tidak bisa maksimal tanpa tubuh yang sehat.

Survei Sosial Ekonomi Nasional (*Susenas*) 2021 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan bahwa masyarakat lebih suka ke klinik kesehatan dibandingkan rumah sakit. Rumah sakit sering dilihat atau dipersepsikan sebagai tempat dengan risiko penularan virus yang sangat tinggi. Belum lagi adanya stigma di masyarakat bahwa dokter akan langsung menetapkan diagnosa pasien menjadi Covid-19 jika pasien berobat dengan gejala mirip penderita Covid-19. Alasan lain yang membuat masyarakat kini lebih memilih klinik kesehatan adalah untuk meminimalisir antrian serta waktu tunggu yang lama akibat membludaknya pasien di rumah sakit.

Salah satu alasan utama didirikannya klinik kesehatan adalah untuk meningkatkan aksesibilitas layanan kesehatan bagi semua lapisan masyarakat. Di banyak negara, terutama di daerah pedesaan atau wilayah perkotaan yang padat penduduk, akses ke rumah sakit besar bisa menjadi tantangan. Jarak yang jauh, kurangnya transportasi, dan biaya yang tinggi sering kali menjadi penghalang bagi masyarakat untuk mendapatkan perawatan yang mereka butuhkan. Klinik kesehatan, dengan lokasinya yang strategis dan biaya yang relatif terjangkau, membantu mengatasi hambatan ini dan memastikan bahwa lebih banyak orang dapat mengakses layanan kesehatan.

Klinik Induk Medika merupakan salah satu penyedia layanan kesehatan di Kelurahan Rambutan, Kecamatan Ciracas Jakarta Timur. Klinik Induk Medika disebut Sebagai lembaga kesehatan yang bermisi meningkatkan taraf kesehatan masyarakat, Klinik ini didirikan oleh dr. Sherla Lianty dan dr. Faizah Rahma berdiri pada 12 november 2018, diperkirakan sudah 6 tahun lamanya memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat. Berikut ini merupakan data pasien Klinik Induk Medika dari tahun 2021-2023:

**Tabel 1. Data Pasien Klinik Induk Medika Periode 2021-2023**

No.	Jumlah Data Pasien Klinik Induk Medika		
	2021	2022	2023
1.	10.946	11.209	11.500

Sumber : Klinik Induk Medika, 2024

Berdasarkan tabel.1 diatas dapat kita simpulkan bahwa data pelanggan Klinik Induk Medika dalam 3 tahun terakhir mengalami peningkatan dalam setiap tahunnya, jumlah pasien yang ditangani di Klinik Induk Medika pada tahun 2021 sebesar 10.946 pasien, kemudian tahun 2022 sebesar 11.209 pasien dan yang terakhir tahun 2023 sebesar 11.500 pasien.

Kebutuhan masyarakat akan kesehatan semakin membuat klinik harus memberikan layanan yang optimal secara layanan kesehatan esensial termasuk perawatan preventif, diagnosa, dan manajemen penyakit kronis. Dengan lokasi yang lebih dekat karena mampu menjamah ke pelosok dan pelayanan yang lebih mudah dan efisien klinik memastikan masyarakat dapat menerima pelayanan kesehatan. Selain itu, klinik juga berperan dalam

edukasi kesehatan, membantu masyarakat memahami pentingnya pola hidup sehat dan tindakan pencegahan penyakit.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti pada pelanggan Klinik Induk Medika, dimana hasil tersebut menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas produk 9,7% (3 responden), berdasarkan kualitas pelayanan 38,7% (11 responden), berdasarkan emosional 0% (0 responden) dan berdasarkan harga 51,6% (16 responden). Dengan demikian, didapatkan bahwa harga dan kualitas pelayanan merupakan 2 faktor tertinggi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Klinik Induk Medika.

Irawan (2015) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, emosional dan biaya.

Berbicara tentang konsep jasa, setiap lembaga memiliki kelebihan dan kekurangan, baik dalam hal fasilitas, konsep, bahkan pelayanan terhadap pasien. Hal ini akan menjadi pertimbangan bagi pasien, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka menimbulkan penilaian yang baik dari pasien, juga membuat pasien nyaman. Salah satu upaya untuk mempertahankan kualitas perusahaan adalah dengan menciptakan kepuasan pada konsumen karena kepuasan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha.

Klinik memiliki peran krusial dalam sistem kesehatan masyarakat, karena menyediakan akses mudah dan terjangkau terhadap layanan kesehatan esensial termasuk perawatan preventif, diagnosa, dan manajemen penyakit kronis. Dengan lokasi yang lebih dekat dan pelayanan yang lebih efisien klinik memastikan masyarakat dapat menerima pelayanan kesehatan. Selain itu, klinik juga berperan dalam edukasi kesehatan, membantu masyarakat memahami pentingnya pola hidup sehat dan tindakan pencegahan penyakit.

Menurut Qomariah (2016) menyatakan bahwa “Kepuasan pelanggan merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk/jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa produk”.

Dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan maka harus memahami kondisi pangsa pasar. Persaingan yang semakin kompetitif memaksa perusahaan harus terus memberikan inovasi dan menciptakan nilai jual yang menjadi pembeda dengan para kompetitor lainnya. Seperti persaingan dalam menawarkan produk yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing di pasaran.

Harga memiliki peran krusial dalam strategi pemasaran karena menentukan nilai yang dirasakan oleh konsumen. Harga yang kompetitif dapat menarik konsumen dan meningkatkan pangsa pasar. Dampak ekonomis mempengaruhi daya beli, sebab harga merupakan biaya bagi pembeli atau pengguna jasa. Semakin tinggi biaya harga terdapat kemungkinan semakin berkurang konsumen yang melirik, sebaliknya semakin terjangkau harga yang ditawarkan, maka besar kemungkinan semakin besar pula produk atau jasa yang bisa dibeli.

Kotler & Armstrong (2018), menyatakan bahwa “harga ialah pengeluaran sejumlah uang konsumen guna mendapat pemakaian atau manfaat atau kepemilikan dari suatu barang atau pelayanan.” Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Bayu Putra & Agus 2021) Dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Fahmi Wijaya & Sujana 2022) Dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan

Selain faktor harga, kualitas pelayanan juga merupakan hal penting yang perlu diperhatikan untuk mendorong kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan mengacu pada keinginan dan harapan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

pelayanan dengan kualitas terbaik, bukanlah sesuatu yang mudah bagi pengelola klinik karena pelayanan yang diberikan oleh klinik menyangkut kualitas hidup para pasiennya sehingga bila terjadi kesalahan dalam tindakan medis dapat berdampak buruk bagi pasien. Layanan berkualitas dibutuhkan dalam lembaga kesehatan untuk memenangkan pasar dalam dunia persaingan. Keberhasilan klinik dalam mempengaruhi pelanggan dalam kepuasan pasien dapat menumbuhkan kepercayaan pelanggan. Kualitas layanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2014) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan konsumen.” Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Yaheni & Panglipurningrum 2020) dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Kasinem 2021). Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka dapat di rumuskan latar belakang sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Klinik Induk Medika ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Klinik Induk Medika ?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap Kepuasan pelanggan pada Klinik Induk Medika.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik Induk Medika.

### **Manfaat Penelitian**

Manfaat Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pengembangan, pengetahuan dan pengalaman dalam penelitian serta memberikan referensi untuk semua pihak agar melanjutkan penelitian lebih lanjut tentang harga dan kualitas pelayanan
2. Manfaat Praktis  
Bagi peneliti, penelitian ini menjadi bahan masukan untuk menambah wawasan dan mengetahui tentang analisis faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Klinik Induk Medika.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **Pemasaran**

Philip dan Kotler (2018) menyatakan bahwa Pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial dalam membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan untuk

mendapatkan nilai yang baik dari pelanggan sebagai imbalan. Laksana (2019) menyatakan bahwa “Pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk pada suatu tempat tapi lebih kepada aktivitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen”.

### **Bauran Pemasaran**

Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa “Bauran pemasaran (marketing mix) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran”. Bauran pemasaran saat ini sudah berkembang menjadi 9P. Purwandari dkk (2022) 9P terdiri dari : produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), bukti fisik (*physical evidence*), pembayaran (*payment*) dan pengemasan (*packaging*).

### **Perilaku Konsumen**

Wisembilt dkk (2015) menyatakan bahwa “ Perilaku konsumen adalah sebuah studi tentang bagaimana seorang individu membuat keputusan tentang mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu,uang,usaha dan energi). Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa “Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.”

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Qomariah (2016) menyatakan bahwa “Kepuasan pelanggan merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk/jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa produk”. Roselina (2019) menyatakan bahwa “Kepuasan pelanggan adalah keadaan konsumen baik yang merasa puas ataupun yang merasa belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap harga, fasilitas dan pelayanan yang disediakan.”

### **Indikator Kepuasan Pelanggan**

Terdapat beberapa indikator kepuasan pelanggan menurut Indrasari (2019) diantaranya yaitu : 1). Kesesuaian harapan 2).Minat Berkunjung Kembali 3). Kesiediaan Merekomendasikan.

### **Harga**

Indrasari (2019) menyatakan bahwa “Harga adalah jumlah uang dengan kemungkinan ditambah beberapa barang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya”. Menurut Kotler & Armstrong (2018), harga ialah pengeluaran sejumlah uang pelanggan guna mendapat pemakaian atau manfaat atau kepemilikan dari suatu barang atau pelayanan.

### **Indikator Harga**

Terdapat beberapa indikator menurut Stanton dalam nurmansyah (2018) diantaranya ialah :

1. Harga yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa
2. Harga yang sesuai dengan manfaat suatu produk atau jasa
3. Perbandingan harga dengan produk atau jasa

## Kualitas Pelayanan

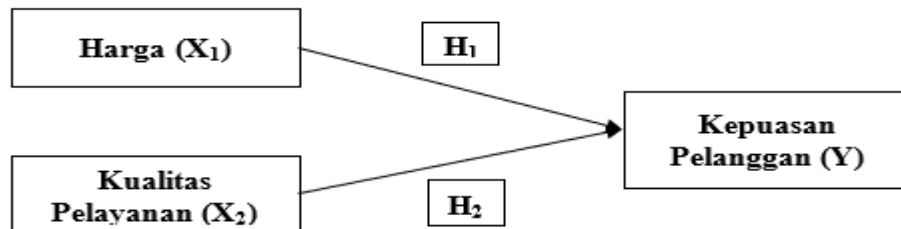
Menurut Fandy Tjiptono (2014) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta penetapan penyampainya untuk mengimbangi harapan konsumen”. Menurut Kasmir (2017) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan merupakan suatu perbuatan dan tindakan perilaku usaha atau perusahaan untuk memberikan kepuasan pada pelanggan.”

## Indikator Kualitas Pelayanan

Terdapat indikator kualitas pelayanan menurut Zeithaml dkk (2018) yaitu :

1. Keandalan (*Reliability*)
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
3. Jaminan (*Assurance*)
4. Empati (*Empathy*)
5. Wujud (*Tangibles*)

## Kerangka Pemikiran



Sumber: Hasil olah data, 2024

**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

Keterangan :

H<sub>1</sub> : Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H<sub>2</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## Hipotesis

### 1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tjiptono (2019: 290) menyatakan bahwa “Harga merupakan satuan moneter maupun ukuran lainnya yang ditukarkan untuk mendapatkan hak kepemilikan maupun hak penggunaan atas suatu barang dan jasa.” Harga memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan secara signifikan. Jika sebuah produk memiliki harga yang lebih tinggi daripada produk lainnya tetapi memberikan manfaat yang lebih besar kepada konsumen, maka nilai produk tersebut akan tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh Lina Netriadi dkk (2021), penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yaheni (2020), sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Maulida & Uswatun (2021). Dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan. Dari uraian tersebut, maka dibuat hipotesis sebagai berikut :

H<sub>1</sub> : Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### 2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Nafiisah dkk (2021) mendefinisikan “Kualitas layanan sebagai penilaian konsumen terhadap keseluruhan kualitas layanan berdasarkan perbedaan antara kinerja yang

dirasakan dan harapan konsumen”. Upaya memuaskan para pelanggan tak hanya sekedar memberikan yang terbaik kepada mereka, namun juga bisa menciptakan suasana yang interaksi kepuasan sehingga terjadi hubungan yang berlangsung dengan jangka waktu yang panjang (loyalitas) antara produsen dan pelanggan. Dari uraian tersebut, maka dibuat hipotesis sebagai berikut :

H<sub>2</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Variabel dan Pengukuran**

Variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel Terikat (*Variabel Dependen*)

Y : Kepuasan Pelanggan

2. Variabel Bebas (*Variabel Independen*)

X<sub>1</sub> : Harga

X<sub>2</sub> : Kualitas Pelayanan

### **Pengukuran**

Pengukuran yang digunakan nantinya akan menggunakan alat bantu berupa kuesioner dan observasi, yang mana-jawaban tersebut akan diukur dengan menggunakan Skala Likert. Dengan Skala Likert maka variabel yang mau diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan. Jawaban setiap instrument yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, yang dapat berupa kata-kata dan untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor.

### **Populasi, Sampel Penelitian**

Populasi merupakan area secara umum dari objek atau subjek yang menunjukkan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh pasien yang berobat di Klinik Induk Medika. Berdasarkan data terkini jumlah pasien yang berobat mencapai 11.500 pasien. Sugiyono (2018) menyatakan bahwa sampel adalah “Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin. Dalam penelitian ini, menggunakan total 100 responden.

Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non-probability sampling*. Sementara, metode pengumpulan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Adapun responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah : 1). Pasien Klinik Induk Medika, 2). Pasien yang telah berumur atau diatas 15 tahun.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, dilakukan dengan memberikan pertanyaan menggunakan kuesioner dari google formulir yang akan diberikan kepada pasien Klinik Induk Medika. Selain itu, teknik pengumpulan data juga menggunakan data primer yang diperoleh secara langsung dari pasien Klinik Induk Medika sebagai sumber pertama dan data sekunder yang diperoleh dari dari buku, jurnal dan penelitian terdahulu.

### Metode Analisis Data

1. Uji Statistik Deskriptif  
 “Statistik deskriptif adalah statistik untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi data yang sudah terkumpul kemudian dibuat kesimpulan baik secara umum atau khusus”.(Sugiyono, 2016) .Teknik analisis data dengan mendeskripsikan data berdasarkan hasil presentase rata-rata (Mean)
2. Uji Normalitas  
 “Uji ini digunakan untuk dapat menyimpulkan sebuah model regresi variabel independent, variabel dependen atau keduanya memiliki distribusi normal atau Tidak” (Sugiyono, 2016).
3. Uji Multikolinieritas  
 “Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variable independent” (Ghozali, 2016).
4. Uji Heteroskedastisitas  
 “Heteroskedastisitas artinya varian variable model regresi yang tidak sama”. Sebaliknya apabila varian variabel pada model regresi ini memiliki nilai yang sama disebut *homoskedastis*. (Ghozali, 2016).
5. Uji Autokorelasi  
 “Uji autokorelasi ditujukan untuk mengetahui gangguan antara variabel dalam model regresi sebagai penguji apakah ada hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode-t saat ini dan kesalahan pengganggu pada periode t-1 sebelumnya dalam model regresi”. (Ghozali, I., 2014)
6. Uji Regresi Linear Berganda  
 “Regresi linear berganda yaitu model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variable tak bebas / response (Y) dengan dua atau lebih variable bebas / predictor. (X1, X2,.. Xn)”. (I Made Yuliara:2016)
7. Uji Korelasi Sederhana  
 “Uji korelasi sederhana bertujuan untuk mengetahui keeratan suatu variabel independent dengan variabel dependent ,suatu variabel bisa dinyatakan berkorelasibila nilai  $r$  berkisar  $-1 \leq r \leq 1$ ” (Kesumawati & Dkk., 2017).
- a. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)
8. “Koefisen korelasi digunakan agar dapat melihat persentase pengaruh variabel X1, X2 dan Y”. Rumus koefisien determinasi sebagai berikut :  $Kd = R^2 \times 100\%$ .
9. Uji F  
 “Untuk mengetahui kelayakan data menggunakan uji F. Dalam pengambilan keputusan digunakan uji F” (Sujarweni, 2015).  
 Ho : Tidak memenuhi kelayakan  
 Ha : Memenuhi kelayakan  
 Kriteria :  
 Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  , maka Ho ditolak dan Ha diterima  
 Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  , maka Ho diterima dan Ha ditolak
10. Uji T  
 “Secara parsial untuk nguji hubungan variabel bebas dengan variabel terkait menggunakan uji t. Taraf signifikan 5%”. (Sujarweni, 2015)  
 Ho: tidak ada pengaruh antara variabel x terhadap variabel y  
 Ha: ada pengaruh antara variabel x terhadap variabel

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Validitas

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan ( Y)**

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0.803	0.361	VALID
2	0,864	0.361	VALID
3	0.893	0.361	VALID
4	0.863	0.361	VALID
5	0.759	0.361	VALID
6	0.872	0.361	VALID
7	0.741	0.361	VALID
8	0.847	0.361	VALID
9	0.805	0.361	VALID
10	0.874	0.361	VALID
11	0.882	0.361	VALID
12	0.820	0.361	VALID

Sumber : Data diolah 2024, SPSS versi 29

Berdasarkan tabel.2 dapat diketahui bahwa  $T_{hitung}$  dari 12 pernyataan variabel kepuasan pelanggan (Y) lebih besar dari rubel 0,361 hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa 12 pertanyaan variabel kepuasan pelanggan (Y) dapat dikatakan valid semua sehingga dapat dijadikan bahan instrumen untuk melakukan penelitian ini.

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Harga (X<sub>1</sub>)**

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0.780	0.361	VALID
2	0.871	0.361	VALID
3	0.879	0.361	VALID
4	0.872	0.361	VALID
5	0.836	0.361	VALID
6	0.712	0.361	VALID
7	0.824	0.361	VALID
8	0.693	0.361	VALID
9	0.748	0.361	VALID
10	0.869	0.361	VALID
11	0.787	0.361	VALID
12	0.850	0.361	VALID

Sumber : Data diolah 2024, SPSS versi 29

Berdasarkan tabel.3 dapat diketahui bahwa  $T_{hitung}$  dari 12 pernyataan variabel harga (X<sub>1</sub>) lebih besar dari  $T_{tabel}$  0,361 hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa 12 pertanyaan variabel harga (X<sub>1</sub>) dapat dikatakan valid semua sehingga dapat dijadikan bahan instrumen untuk melakukan penelitian ini.

**Tabel 4. Hasil Uji validitas Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)**

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0.744	0.361	VALID
2	0.856	0.361	VALID
3	0.877	0.361	VALID
4	0.693	0.361	VALID
5	0.905	0.361	VALID
6	0.911	0.361	VALID
7	0.941	0.361	VALID
8	0.863	0.361	VALID
9	0.836	0.361	VALID
10	0.813	0.361	VALID
11	0.825	0.361	VALID
12	0.868	0.361	VALID

Sumber : Data diolah 2024, SPSS versi 29

Berdasarkan tabel.4 dapat diketahui bahwa  $T_{hitung}$  dari 12 pernyataan variabel kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>) lebih besar dari  $T_{tabel}$  0,361 hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa 12 pertanyaan variabel harga (X<sub>1</sub>) dapat dikatakan valid semua sehingga dapat dijadikan bahan instrumen untuk melakukan penelitian ini.

### Uji Realibilitas

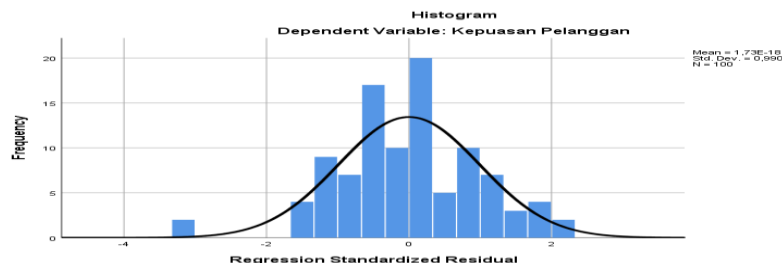
**Tabel 5. Hasil Uji Realiabilitas**

VARIABEL	CRONBACH'S ALPHA	KETERANGAN
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.959	Reliabel
Harga (X <sub>1</sub> )	0.950	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )	0.959	Reliabel

Sumber : Data diolah 2024, SPSS versi 29

Berdasarkan tabel.5 dapat diketahui bahwa semua variabel peneliti ini memiliki nilai cronch's alpha > 0,60 maka dapat ditarik kesimpulan semua variabel penelitian ini dinyatakan konsisten dan reliabel

### Uji Normalitas

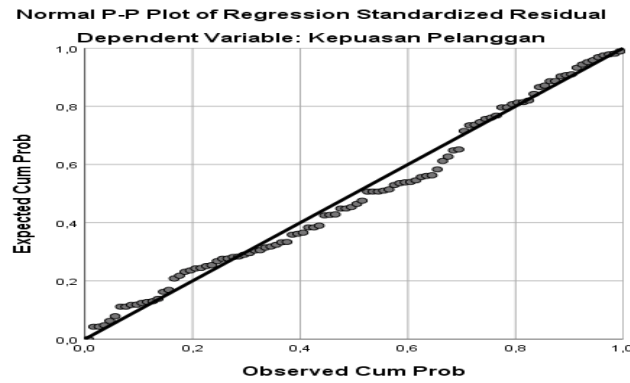


Sumber : Data diolah 2024, SPSS versi 29

**Gambar 2. Hasil Uji Normalitas**

Berdasarkan gambar.1 diatas, diketahui bahwa grafik batang berada di dalam kurva dan membentuk gunung atau lonceng. Dengan demikian, dapat disimpulkan grafik histogramnya normal.

**Uji Normalitas *P*-plot**



Sumber : Data diolah 2024, SPSS versi 29

**Gambar 3. Hasil Uji Normalitas *P*-plot**

Berdasarkan gambar.3 dapat dilihat bahwa titik-titik berada pada di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian, hasil uji normalitas *P*-plot normal.

**Uji *Kolmogorov-Smirnov***

**Tabel 6. Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov***

One-Sample <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Test		
		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3,35133244
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-0,049
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.062 <sup>c,d</sup>

Sumber : Data diolah 2024, SPSS versi 29

Berdasarkan tabel.6 dapat dilihat bahwa data terdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dengan nilai Sig 0,062 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel terdistribusi normal. Dengan demikian, uji persyaratan analisis dan uji normalitas data terpenuhi.

## Uji Multikolinearitas

**Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas**

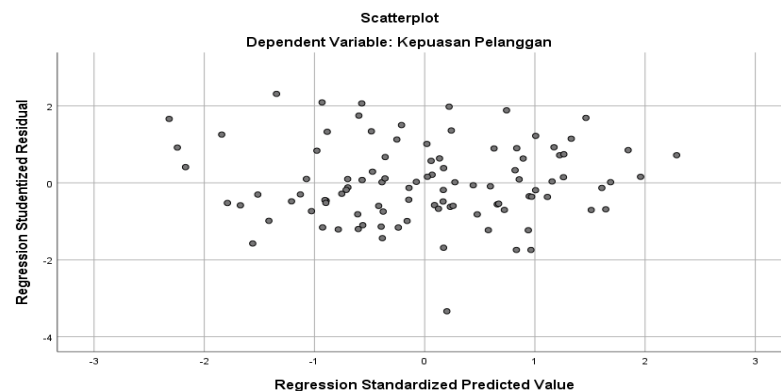
Model	Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	3.921	3259		1.203	0,232		
	Harga	0.368	0.040	0.609	9.132	0.000	0,972	1,029
	Kualitas Pelayanan	0.406	0.047	0.572	8.571	0.000	0,972	1,029

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah 2024, SPSS versi 29

Berdasarkan tabel.7 hasil dari nilai VIF harga dan kualitas produk sebesar  $1,029 < 10$  dan nilai *tolerance*  $0,972 > 0,10$ . Sehingga, hal tersebut menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas.

## Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data diolah 2024, SPSS versi 29

**Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan hasil pada gambar.4 dapat dilihat bahwa penyebaran residual tidak teratur, titik-titik tersebar diatas dan dibawah angka 0. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan kata lain, terdapat kesamaan varian dari residual pada penelitian ini.

## Analisis Korelasi Berganda

**Tabel 8. Hasil Uji Korelasi Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	14.431	5.260		2.744
	Harga	.308	.123	.352	2.492
	Kualitas Pelayanan	.360	.099	.514	3.641

a. Dependent Variable:Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah 2024, SPSS versi 29

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi berganda variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah 0,762. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas produk memiliki korelasi hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

## Analisis Regresi Berganda

**Tabel 9. Hasil Analisis Linier Regresi Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	14.431	5.260		2.744
	Harga	.308	.123	.352	2.492
	Kualitas Pelayanan	.360	.099	.514	3.641

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah 2024, SPSS versi 29

Berdasarkan tabel.9 menunjukkan hasil antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap variabel Y. Didapat persamaan regresi, sebagai berikut :

$$Y = 3,921 + 0,368 X_1 + 0,406 X_2$$

Dari persamaan diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai  $a = ,921$  artinya jika tidak ada perubahan dari harga ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan( $X_2$ ) , maka kepuasan pelanggan adalah 3,921,
2. Nilai  $\beta_1 = 0,368$  artinya setiap penambahan satu skor atau nilai pada harga ( $X_1$ ) maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan mengalami perubahan skor 0,368
3. Nilai  $\beta_2 = 0,406$ , artinya setiap penambahan satu skor atau nilai pada kualitas pelayanan ( $X_2$ ) maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan mengalami perubahan skor 0,406

**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )****Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary					
Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics			
		R Square Change	F Change	df1	df2
	3.386	0.581	67.173	2	97

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

b. Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah 2024, SPSS versi 29

Berdasarkan tabel.10 diatas dapat dilihat hasil koefisien determinasi adalah Ajusted R Square menunjukkan nilai 0,581. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan kontribusinya sebesar 58,1% dan sisanya 41,9% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak dianalisis.

**Uji Hipotesis****Uji F****Tabel 11. Hasil Uji F**ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.540,003	2	770.001	67.173	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1.111.911	29	11.463		
	Total	2.651.914	99			

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

b. Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah 2024, SPSS versi 29

Berdasarkan tabel.11 diatas hasil perhitungan SPSS di peroleh nilai sig sebesar 0,000. Pada nilai  $F_{hitung}$  sebesar 67,173 dengan nilai  $F_{tabel}$  3,09. Sehingga nilai F hitung dan Untuk menganalisis hasil uji F pada tabel di atas, maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $67,173 > 3,09$  dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, yang berarti variabel harga ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dapat digunakan dalam penelitian ini .

## Uji t

**Tabel 12. Hasil Uji t  
Coefficientsa**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	3,921	3,259		1,203	0,232
1	Harga	.368	.040	0,609	9,132	0,000
	Kualitas Pelayanan	.406	.047	0,572	8,571	0,000

a. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah 2024, SPSS versi 29

Berdasarkan tabel.12 diatas dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 9,132 dan nilai sig sebesar 0,000. Sedangkan  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 8,571 dan nilai sig sebesar 0,000. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa :

1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan  
Pengujian secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa variabel harga ( $X_1$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  9,132 >  $t_{tabel}$  1,984 atau nilai signifikansi 0,00 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada Klinik Induk Medika.
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian  
Pengujaian secara parsial (uji t) menunjukan bahwa secara Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) terdapat pengaruh dengan taraf signifikansi sebesar 0.000 dan  $t_{hitung}$  sebesar 8,571 menunjukan bahwa nilai signifikansi 0,000 < 0,05 dan  $t_{hitung}$  8,571 >  $t_{tabel}$  1,984 maka secara parsial variabel ( $X_2$ ) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y kepuasan pelanggan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh harga ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan "Klinik Induk Medika Kelurahan Rambutan, maka dapat diporeleh simpulan sebagai berikut

1. Harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) "Studi Kasus pada Klinik Induk Medika Kelurahan Rambutan"
2. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) "Studi Kasus pada Klinik Induk Medika Kelurahan Rambutan"

## Saran

Berdasarkan pembahasam dan kesimplan diatas dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Meningkatkan kepekaan terhadap harga yang ditawarkan karena akan bersaing dengan harga pasar, sehingga perlu adanya pertimbangan untuk menyesuaikan harga dengan tujuan membuat pelanggan merasa puas, walaupun dengan harganya terjangkau harus mampu memberikan layanan yang maksimal.
2. Pastikan staf klinik memberikan pelayanan yang ramah, empati, dan profesional kepada pasien. Karena jika terdapat pelayanan yang tidak ramah. Mampu menimbulkan ketidakpuasan pasien terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga bermuara pada ketidakmampuan untuk bersaing dengan kompetitor terutama dalam hal layanan.
3. Desain ruang tunggu dan ruang periksa dengan nyaman dan menarik, serta sediakan fasilitas tambahan seperti Wi-Fi. Karena dengan adanya Wi-Fi mengurangi kebosanan pasen untuk menunggu giliran. Sehingga membuat standar pelayanan lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri . (2017). Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi. Jakarta : Erlangga
- Bic, B., & Vida, C. (2024). Pengaruh promosi dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Bunda Bic Clinic Vida Bekasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(3), 209–215.
- Candrianto, S.M. 2021.Keputusan Pelanggan Suatu Pengantar. Malang, Jawa Timur: Literasi Nusantara
- Hasanah, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pasien (Studi Kasus Pada Pasien Klinik Global Sarana Medika).
- Imelda, S. (2017). Kualitas Pelayanan Customer Service Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Unit Veteran Banjarmasin. *Jurnal INTEKNA*, 17, 79–147
- Indrasari, M. (2019) pemasaran dan kepuasan pelanggan. Surabaya: Unitomo Press
- Kasmir. (2017). Customer Service Excellent. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip.,& Keller, Kevin,Lanne. (2016). Marketing management.13th Edition. New Jersey. Prentice Hall
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). Principles of Marketing (Electronic Version) (17 ed.). Pearson
- Laksana, M. F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi; CV Al Fath Zumair
- Nurmansyah, (2018), Pengantar Manajemen Pemasaran, Unilak Press, Jakarta
- Netriadi, L., & Firdaus, T. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Pada Puskesmas Tarusan Kabupaten Pesisir Selatan. *Matua Jurnal*, 3(1), 91-106.
- Octaviani, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Kesehatan terhadap tingkat Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) DR. R, Soedjati Soemardiadjo purwodadi kabupaten grobongan. *Media akuntansi*, 33(01), 100-114.
- Pramudyo, A., & Faiturohmi, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Tempel I Sleman. *Prima Ekonomika*, 11(2), 82-99.

- Purwandari, S., S., Purnomo, S., Purboyo, Adha, W.M., Handika, I. M., Safitri, C., Putra, A.R., Wardhana, S., Syarif, C., Kusuma, D., Sudirman & Purnamasari, M.S. (2022). Manajemen Pemasaran (Konsep pemasaran Digital). Media Sains Indonesia.
- Qomariah, N. (2016). Marketing Adactive Strategy. Jember: Cahaya Ilmu. Retrieved
- Putri, T., Pradiani, T., & Fathorrahman. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pasien Rawat Jalan Sebagai Intervening Di Klinik Fast Medika Center. Bursa : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 2(1), 1–17.
- Rasyidi, M. N. (2019). Jurnal Bisnis dan Pembangunan , Edisi Januari-Juni 2019 Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Di Rumah Makan “ Andina ” Muara Teweh Kabupaten Barito Utara Provi. 8(1).
- Ronaldi, S., & Hadya, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien pada Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Pariaman. *Matua Jurnal*, 4(1), 29-38.
- Sari, A. W., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Klinik Kasih Bunda Medika Leuwintangung. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(3), 119-131.
- Sugiyono (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2017. Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&d. Bandung : CV Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. 2017. Pemasaran Strategik. Edisi ke-3. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI)
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Service quality dan satisfaction (4<sup>th</sup> ed.) Andi
- Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset. Yogyakarta.
- Trisnawati, R., & Pradiani, T. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pasien Di Klinik RH Medica Malang. *Bursa: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 70-79.
- Yaheni, B. A. N., & Panglipurningrum, Y. S. (2020). Membangun Kepuasan Pasien Rawat Jalan Melalui Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Di Klinik Gita Medika Ngarum, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen. *Kelola*, 7(1), 75-87.
- Zeithaml V.A., Bitner M.J. dan Gremler D.D. (2018). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm, Seventh Edition. Mcgraw-Hill Education. New York.