

---

## **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI CV. JOGLO INTERZONE PERKASA**

**Nurhaida Simanjuntak<sup>1</sup>, Rosmawati Agustini<sup>2</sup>, Leni Mariani<sup>3</sup>**

Email : [nurhaidasimanjuntak710@gmail.com](mailto:nurhaidasimanjuntak710@gmail.com), [makroz77@gmail.com](mailto:makroz77@gmail.com), [lenimariani22@gmail.com](mailto:lenimariani22@gmail.com)  
<sup>1,2,3</sup> Universitas Nagoya Indonesia

---

### **Informasi Artikel**

Diterima : 14 April 2025  
Direview : 25 April 2025  
Disetujui : 30 April 2025

---

### **Kata Kunci**

Harga, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

---

### **Abstrak**

Dalam era globalisasi, persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut perusahaan tidak hanya mengandalkan produk berkualitas, tetapi juga menerapkan strategi harga yang kompetitif dan pelayanan berkualitas untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di CV. Joglo Interzone Perkasa. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner Google Form yang diisi oleh 40 responden. Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Nilai R Square sebesar 0,803 menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 80,3% terhadap kepuasan konsumen, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Penelitian ini menekankan pentingnya kebijakan harga yang kompetitif dan peningkatan kualitas pelayanan untuk menciptakan kepuasan konsumen yang optimal. Temuan ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi CV. Joglo Interzone Perkasa dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif.

---

### **Keywords**

Price, service quality, customer satisfaction

---

### **Abstract**

*In the era of globalization, intense business competition demands companies to not only rely on quality products but also implement competitive pricing strategies and excellent services to enhance customer satisfaction. This study aims to analyze the impact of price and service quality on customer satisfaction at CV. Joglo Interzone Perkasa. The research employs a quantitative method using a survey approach, where data was collected through a Google Form questionnaire completed by 40 respondents. The analysis results show a significant positive relationship between price and service quality on customer satisfaction. The R Square value of 0.803 indicates that the variables price and service quality contribute 80.3% to customer satisfaction, while the remaining 19.7% is influenced by other factors outside the study. This research highlights the importance of competitive pricing policies and improving service quality to create optimal customer satisfaction. The findings are expected to provide practical benefits for CV. Joglo Interzone Perkasa in formulating effective marketing strategies.*

## A. Pendahuluan

Dalam industri air minum kemasan, persaingan tidak hanya terjadi dalam hal inovasi produk, tetapi juga strategi harga dan kualitas pelayanan. CV Joglo Interzone Perkasa menghadapi tantangan untuk menemukan keseimbangan yang tepat antara harga dan kualitas produk guna menarik serta mempertahankan pelanggan (Hasibuan et al., 2022). Harga yang kompetitif berperan penting dalam keputusan pembelian, sementara kualitas pelayanan yang baik, termasuk ketepatan pengiriman, respons terhadap keluhan, serta keramahan karyawan, menjadi faktor krusial dalam menciptakan kepuasan konsumen. Definisi harga menurut ahlinya, (Purna et al., 2022): Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan di CV Joglo Interzone Perkasa. Meskipun harga yang ditawarkan sudah kompetitif dan tidak mendapat keluhan dari konsumen, terdapat peluang untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar lebih responsif dan efisien. Kualitas pelayanan adalah faktor penting yang mempengaruhi keputusan konsumen (Hartono et al., 2024). Konsumen yang puas cenderung loyal serta merekomendasikan produk kepada orang lain, sehingga memberikan dampak positif bagi perusahaan. Kepuasan konsumen adalah konsep dasar dalam pemasaran dan perilaku konsumen, yang menggambarkan sejauh mana produk atau layanan memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan (Manurung et al., 2022). CV Joglo Interzone Perkasa terbuka terhadap kritik dan masukan dari pelanggan, namun masih menghadapi beberapa kendala seperti keterlambatan pengiriman dan lambatnya respons terhadap keluhan (Yulika et al., 2022). Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengeksplorasi aspek pelayanan yang dapat ditingkatkan guna mencapai kepuasan konsumen yang optimal dan meningkatkan daya saing perusahaan (Hartati Lisa et al., 2022).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian yang telah ditemukan yaitu tentang pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen yang diberikan oleh CV Joglo Interzone Perkasa. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh harga, pengaruh kualitas pelayanan, dan mengetahui pengaruh simultan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Sedangkan manfaat penelitian bagi peneliti ini adalah mengembangkan pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen harga dan pelayanan pelanggan, serta menerapkan teori ke dalam praktik nyata, memberikan kontribusi pada ilmu pengetahuan yang dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, memberikan kontribusi pada ilmu pengetahuan yang dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, dan meningkatkan portofolio akademik peneliti dan mendukung pengembangan karier di bidang akademis atau industri. Manfaat penelitian ini bagi Perguruan Tinggi adalah untuk meningkatkan reputasi akademik perguruan tinggi melalui publikasi dan riset yang relevan dengan industri, meningkatkan kerjasama dengan industri, yang bermanfaat untuk program magang, penelitian bersama, dan pengembangan kurikulum yang lebih relevan, dan

menyediakan sumber pembelajaran dan referensi bagi mahasiswa lain yang tertarik dalam bidang manajemen, pemasaran, dan pelayanan pelanggan (Ningrum et al., 2023). Selanjutnya manfaat penelitian ini bagi Perusahaan adalah untuk membantu perusahaan dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, serta merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, Memberikan wawasan tentang harga yang optimal dan strategi pemasaran yang lebih efektif, dan membantu perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan mengidentifikasi kekurangan yang perlu diperbaiki untuk memperkuat loyalitas konsumen (Rika et al., 2024).

Penelitian ini memiliki keaslian karena belum ada penelitian lain yang memiliki judul yang sama persis, meskipun terdapat studi dengan tema serupa. Hal ini menegaskan pentingnya penelitian ini dalam memberikan kontribusi spesifik dan mendalam terkait pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di CV Joglo Interzone Perkasa. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menawarkan perspektif baru serta rekomendasi yang relevan bagi perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan guna meningkatkan daya saing dan kepuasan pelanggan.

## **B. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah semua data dari responden atau sumber lain terkumpul (Rinawaty et al., 2023). Proses analisis data kuantitatif meliputi pengelompokan dan tabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, penyajian data untuk setiap variabel yang diteliti, perhitungan untuk menjawab pertanyaan penelitian, serta perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan (Agustini & Yulia, 2024). Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS Versi 18.

## **Metode Pengumpulan Data**

### 1) Kuisisioner

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuisisioner, yaitu sekumpulan pertanyaan tertulis yang bertujuan untuk mendapatkan informasi dari responden (Hidayat et al., 2023)

### 2) Dokumentasi

Dalam konteks penelitian ini, dokumentasi dilakukan dengan mengambil foto sebagai bukti bahwa peneliti benar-benar melakukan observasi lapangan untuk mengumpulkan data yang diperlukan (Nurhayati et al., 2024).

## **Studi Kepustakaan**

Dalam konteks penelitian ini, pengumpulan data studi pustaka dilakukan melalui jurnal ilmiah, penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dan memiliki E-ISSN dengan status online, serta melalui buku-buku untuk mencari materi yang berhubungan dengan topik penelitian (Maghfiroh et al., 2022)

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT. Joglo Interzone Perkasa yang berjumlah 40 orang. Dan menentukan ukuran sampel (Sunawan et al., 2022), penelitian ini menggunakan sensus, dimana seluruh anggota populasi digunakan sebagai sampel yaitu 40 orang .

### Gambaran Umum Responden

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan kuesioner google form yang berisi pertanyaan yang telah disiapkan dan dikirimkan langsung kepada responden yang dipilih sebagai sampel penelitian dimana ini adalah konsumen yang sudah membeli produk dari CV Joglo Interzone Perkasa. Sebanyak 40 lembar kuisisioner yang telah didistribusikan telah terisi dan dapat digunakan untuk hipotesis penelitian

Berikut ini adalah rincian mengenai pendistribusian dan pengembalian kuisisioner.

Tabel 1 Data Distribusi Sampel Penelitian

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang dikirim	40 lembar
Kuesioner yang akan di analisis	40 lembar
Kuesioner yang tidak di isi	0 lembar

Sumber : Diolah Data Primer, 2025

### C. Hasil dan Pembahasan

Selain kuisisioner yang terkumpul yang menyajikan pernyataan mengenai variabel yang akan diuji dan diolah dalam penelitian, kuisisioner ini juga berisi dengan Karakteristik responden meliputi:

#### Profil Jenis Kelamin

Data responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini :

Tabel 2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-Laki	10 Responden	27,5%
Perempuan	30 Responden	72,5%
Jumlah	40 Responden	100%

Sumber : Diolah Data Primer, 2025

Dari tabel di atas jelas menunjukkan bahwa responden perempuan lebih mendominasi yaitu sebanyak 30 responden (72,5%), sedangkan laki-laki sebanyak 10 responden (27.5%).

#### Profil Usia

Data responden berdasarkan usia responden dapat dilihat pada tabel 3 dibawah ini :

Usia	Jumlah Responden	Persentase
≤ 20 tahun	3 Responden	8,5%
21-30 Tahun	19 Responden	49,9%
31-40 Tahun	10 Responden	25,8%
> 40 Tahun	8 Responden	15,8%
Jumlah	40 Responden	100%

Sumber : Diolah Data Primer, 2025

Dari tabel di atas jelas menunjukkan bahwa umur konsumen ≤ 20 tahun sebanyak 3 responden (8,5%), umur konsumen 21 – 30 tahun sebanyak 19 responden (49,9%), umur konsumen 31 – 40 tahun sebanyak 10 responden (25,8%), umur responden > 40 tahun sebanyak 8 responden (15,8%).

### Profesi Pekerjaan

Data responden berdasarkan pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel 4 dibawah ini :

Tabel 4 Data Responden Berdasarkan Profesi Pekerjaan

Status Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	7 Responden	15,1%
Pekerja Swasta	11 Responden	28,2%
Wiraswasta	9 Responden	22,5%
Lainnya	13 Responden	34,2%
Jumlah	40 Responden	100%

Sumber : Diolah Data Primer, 2025

Dari tabel di atas jelas menunjukkan status pekerjaan konsumen sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 7 responden (15,1%), pekerja swasta sebanyak 11 responden (28,2%), wiraswasta sebanyak 9 responden (22,5%), lainnya 13 responden (34,2)

Tabel 3 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kuisisioner

No	Item Pertanyaan	Skor Jawaban										Skor
		5		4		3		2		1		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X1.1	10	30%	23	56%	7	12%	0	0%	0	0%	163
2	X1.2	12	36%	20	48%	8	14%	0	0%	0	0%	164
3	X1.3	7	23%	16	43%	14	16%	2	2%	1	1%	146
4	X1.4	7	21%	28	68%	5	9%	1	1%	0	0%	164
5	X1.5	8	24%	27	68%	5	12%	0	0%	1	1%	164
6	X2.1	11	34%	19	48%	7	30%	3	3%	1	0%	158
7	X2.2	6	19%	20	52%	14	27%	0	0%	0	0%	152
8	X2.3	9	28%	21	53%	9	17%	1	1%	0	0%	158
9	X2.4	10	31%	21	52%	9	16%	0	0%	0	0%	161
10	X2.5	10	31%	19	47%	11	20%	0	0%	0	0%	159
11	Y.1	8	25%	22	55%	10	18%	1	1%	0	0%	160
12	Y.2	11	33%	21	51%	7	12%	1	1%	0	0%	162
13	Y.3	10	29%	25	59%	5	8%	1	1%	0	0%	167
14	Y.4	6	19%	25	63%	9	17%	0	0%	0	0%	157

15	Y.5	9	27%	25	12%	7	12%	0	0%	0	0%	166
<b>Skor Aktual</b>											<b>2401</b>	
<b>Skor Ideal 5×15×40</b>											<b>3000</b>	

Sumber : Hasil Olah Data (2025 )

## Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Tabel 4 Hasil Uji Validasi

Variabel	Validitas				
	Item Pertanyaan	Nilai r Hitung	Nilai R Tabel	Nilai Siq	Hasil
Harga ( X1 )	X1.1	0,349	0,320	0,001	Valid
	X1.2	0,322	0,320	0,001	Valid
	X1.3	0,341	0,320	0,001	Valid
	X1.4	0,394	0,320	0,001	Valid
	X1.5	0,433	0,320	0,001	Valid
Kualitas Pelayanan ( X2 )	X2.1	0,589	0,320	0,001	Valid
	X2.2	0,589	0,320	0,001	Valid
	X2.3	0,647	0,320	0,001	Valid
	X2.4	0,681	0,320	0,001	Valid
	X2.5	0,486	0,320	0,001	Valid
Kepuasan Konsumen( Y )	Y.1	0,717	0,320	0,001	Valid
	Y.2	0,500	0,320	0,001	Valid
	Y.3	0,547	0,320	0,001	Valid
	Y.4	0,567	0,320	0,001	valid
	Y.5	0,534	0,320	0.001	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS 18

Dari hasil analisis terhadap 15 pernyataan pada kuesioner yang mencakup 2 variabel independen dan 1 variabel dependen, masing-masing terdiri dari 5 pertanyaan, diperoleh, seluruh pernyataan dinyatakan VALID. Ini ditunjukkan dengan nilai r hitung untuk setiap indikator pernyataan yang lebih besar dari r tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 sebesar 0,320.

### 2. Uji Reliabilitas

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel

No	Variabel	Nilai Reliabilitas Cronbach's Alpha	Paramater Tabel	Keterangan
1	Harga ( X1 )	0,841	0,60	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan ( X2 )	0,877	0,60	Reliabel
3	Kepuasan Konsumen ( Y )	0.934	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS 18

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas, seluruh variabel penelitian, yaitu harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepuasan konsumen (Y), menunjukkan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Hal ini mengindikasikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan memiliki konsistensi yang baik dan dapat dipercaya dalam mengukur masing-masing variabel.

## Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolonieritas

Tabel 6 Uji Multikolonieritas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,096	1,512		.725	.473		
	Harga	,481	,111	,466	4,327	,000	,435	2,296
	Kualitas Pelayanan	,474	,103	,498	4,621	,000	,435	2,296
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen								

Dari tabel 8 di atas dapat diketahui bahwa VIF dari harga adalah 2,296, dan kualitas pelayanan 2,296. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat variabel yang memiliki multikolonieritas dikarenakan VIF tidak ada yang melebihi dari nilai toleransi yang ditemukamn ( tidak melebihi 4 atau 5 )

### 2. Uji Normalitas

Tabel 7 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

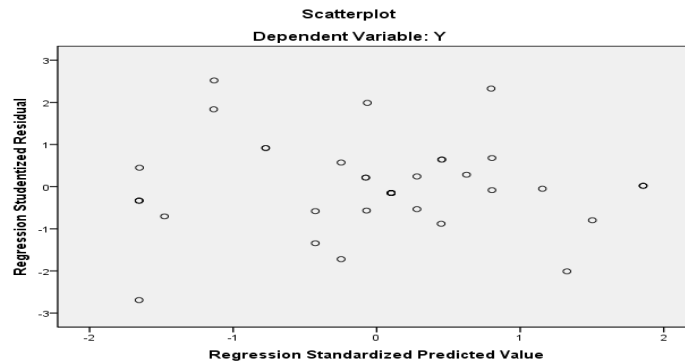
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.30378536
Most Extreme Differences	Absolute	,123
	Positive	,117
	Negative	-.123
Kolmogorov-Smirnov Z		,776
Asymp. Sig. (2-tailed)		,583

a. Test distribution is Normal

Dari tabel 9 dengan N = 40 data dapat diketahui bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,776. Nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai 0,583 yang berarti data sudah berdistribusi dengan normal , karena nilai signifikansinya masih diatas 0,05.

### 3. Uji Heterokedesitas

Tabel 8 Uji Heterokedesitas



Berdasarkan gambar 10 diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari asumsi klasik heterokedesitas dikarenakan titik-titik data tidak berpola dan menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0

### Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,096	1,512		,725	,473
Harga	,481	,111	,466	4,327	,000
Kualitas Pelayanan	,474	,103	,498	4,621	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS 18

Pada tabel di atas terlihat koefisien konstanta (a) adalah 1,096, koefisien regresi Harga (b1) 0,481, koefisien regresi kualitas produk (b2) 0,474. Dengan demikian dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + e$$

$$Y = a + 0,481 + 0,474 + e$$

$$Y = 1,096 + (0,481 \times 0,481) + (0,474 \times 0,474) + e$$

$$[ 0,481 \times 0,481 = 0,231 ]$$

$$[ 0,474 \times 0,474 = 0,225 ]$$

$$[ Y = 1,096 + 0,231 + 0,225 + e ]$$

$$[ Y = 1,552 + e ]$$

**Uji Hipotesis****1. Uji Signifikansi Parsial (Uji T)**

Tabel 12 Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.096	1,512		.725	.473		
X1	,481	,111	,466	4.327	,000	,435	2,296
X2	,474	,103	,498	4.621	,000	,435	2,296

Dependent Variable: Y

**X1 berpengaruh karena Sig < 0,05, yaitu 0,000.****X2 berpengaruh karena Sig < 0,05, yaitu 0,000.****2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

Tabel 13 Uji F

**Anova<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	288,481	2	144,240	80,503	,000 <sup>a</sup>
	Residual	66,294	37	1.792		
	Total	354,775	39			

Hasil analisis uji F menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 80,503 lebih besar dibandingkan Ftabel sebesar 3,25, dengan tingkat signifikansi ( $0,000 < 0,10$ ). Hal ini mengindikasikan bahwa hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima, yang berarti variabel Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di CV Joglo Interzone Perkasa.

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Tabel 14 Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
dimension0 1	,902 <sup>a</sup>	,813	,803	1,339

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

Berdasarkan hasil output di atas dapat dijelaskan tentang ringkasan model, yang terdiri dari hasil nilai korelasi sederhana R dan koefisien determinasi (R Square) :

1. R (korelasi pearson) nilai yang dihasilkan 0,902<sup>a</sup> artinya antara variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dengan variabel Kepuasan Konsumen (Y) mengindikasikan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang kuat.
2. R Square sebesar 0,803 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dengan variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,803. Artinya tingkat presentase pengaruh Harga (X1) dengan variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 80%, sedangkan sisanya di pengaruhi oleh faktor-faktor penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **D. Simpulan**

Mengacu pada hasil pengolahan serta analisis data yang telah dilakukan, peneliti dapat merumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen di CV Joglo Interzone Perkasa. Berdasarkan hasil uji determinasi, nilai R Square sebesar 0,803, menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) mampu menjelaskan pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 80,3%. Sementara itu, sisa sebesar 19,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berada di luar penelitian ini.
2. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Joglo Interzone Perkasa. Hasil analisis menunjukkan nilai R Square sebesar 0,719, yang berarti kontribusi variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) mencapai 71,9%. Adapun sisanya sebesar 28,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar cakupan penelitian ini.
3. Harga dan kualitas pelayanan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di CV Joglo Interzone Perkasa. Berdasarkan analisis, nilai R Square tercatat sebesar 0,803, yang menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 80,3% terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Adapun sisanya sebesar 19,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak menjadi fokus dalam penelitian ini.

#### **E. Ucapan Terima Kasih**

Terima kasih saya ucapkan kepada pihak Universitas Nagoya Indonesia dan juga Pihak Perusahaan tempat penelitian yaitu CV. Joglo Interzone Perkasa yang telah memberikan sumbangsih selama penelitian.

#### **F. Referensi**

- Agustini, R., & Yulia, Y. (2024). Pengaruh Inflasi dan Suku Bunga Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2019-2024. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 3(1), 45-58.
- Hartati Lisa, S., Sembiring, D., & Yulia, Y. (2022). Pengaruh Harga Dan

- Promosi Terhadap Keputusan Menginap Konsumen Dimasa Pandemi Covid-19 Pada Hotel Da Viena Boutique Di Kota Batam. In *Journal of Management and Accounting (JMA)* (Vol. 1, Issue 1). <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Hartono, B., Sembiring, D., & Yulia, Y. (2024). Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Produksi PT. Sat Nusapersada, TBK. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 3(1), 1-15.
- Hasibuan, A., Sembiring, D., & Yulia, Y. (2022). Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi, Dan Kompetensi Terhadap Produktifitas Karyawan Di PT. PCI Elektronik Internasional. In *Journal of Management and Accounting (JMA)* (Vol. 1, Issue 1). <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Hidayat, S., Yulia, Y., & Lucida, R. S. R. (2023). Pengaruh Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Minat Pengguna Jasa Angkutan Limbah Medis Di PT. Satalindo Mandiri Batam. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 2(1), 1-11. <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Maghfiroh, S., Sembiring, D., & Yulia, Y. (2022). Pengaruh Pemberian Insentif Terhadap Peningkatan Prestasi Kerja Karyawan Pada Hotel Golden Bay Batam. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 1(1), 1-10. <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Manurung, C. R., Sembiring, D., & Yulia, Y. (2022). Analisis Perhitungan Rasio Keuangan Terhadap Laporan Keuangan Pada Masa Covid-19 Di PT. Fast Food Indonesia, TBK Periode 2019-2021. In *Journal of Management and Accounting (JMA)* (Vol. 1, Issue 2). <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Ningrum, P. T., Persada, R., & Yulia, Y. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Konsumen Di Kawasan Hunian Villa Panbil Batam. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 2(2), 34-40. <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Nurhayati, S., Yulia, & Juma, R. (2024). Analisis Peran Room Attendant Dalam Melaksanakan Kebersihan Kamar Terhadap Pelayanan Di Hotel Formosa Batam. 3(2), 54-66. <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Purna, B., Sembiring, D., & Yulia, Y. (2022). Pengaruh Penerapan Sistem Manajemen Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Sumber Marine Shipyard Batam. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 1(2), 71-84. <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Rika, R., Persada, R., & Yulia, Y. (2024). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Prestasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Sekolah Raudhatul Athfal Nursyarif Kota Batam. 3(1), 37-44.
- Rinawaty, R., Yulia, Y., & Agustini, R. (2023). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kamar Dan Laporan Keuangan Di The Golden Bay Hotel Batam Tahun 2023. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 2(2), 1-12. <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>

- Sunawan, S., Jazuli, J., & Yulia, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Fisik Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Golden Bay Kota Batam Tahun 2022. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 1(2), 55. <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Yulika, L., Efendi, R., & Yulia, Y. (2022). Analisis Penerapan Sistem Pembayaran Honor Untuk Pegawai Yang Melakukan Kegiatan Pada Pusat Pengembangan Bahasa (P2B) UIN SUSKA Riau. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 1(2), 94-104. <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>