

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA PADA KEPUASAN PELANGGAN DI BISMA MUSIK STUDIO SINGARAJA

Oleh:

Komang Ridha Kusuma Putra Yasa, NIM 2217041229

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam keberlangsungan usaha jasa karena berkaitan dengan kecenderungan pelanggan untuk kembali menggunakan layanan yang sama. Tingkat kepuasan pelanggan yang baik dapat membentuk loyalitas serta meningkatkan citra usaha di tengah persaingan bisnis jasa hiburan dan studio musik yang semakin ketat dan berkembang. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di Bisma Musik Studio Singaraja, baik secara simultan maupun parsial. Penelitian dilakukan dengan melibatkan 130 pelanggan Bisma Musik Studio Singaraja sebagai responden. Pengambilan sampel penelitian ini dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, kemudian dianalisis menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, disertai uji t dan uji F untuk menguji hipotesis penelitian. Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik untuk memastikan data penelitian memenuhi syarat analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bisma Musik Studio Singaraja; (2) persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bisma Musik Studio Singaraja; serta (3) kualitas pelayanan dan persepsi harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bisma Musik Studio Singaraja. Temuan ini memperkuat teori pemasaran jasa yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh pengalaman pelayanan yang diterima serta penilaian pelanggan terhadap kewajaran harga yang dibayarkan. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pengelola Bisma Musik Studio untuk menjaga kualitas pelayanan melalui kesiapan fasilitas, ketepatan pelayanan dan respons staf terhadap kebutuhan pelanggan. Penetapan harga yang kompetitif dan transparan di Bisma Musik Studio juga perlu dipertahankan agar pelanggan merasa manfaat yang diperoleh sesuai dengan biaya yang dikeluarkan. Penelitian yang akan dilakukan selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti kualitas fasilitas, lokasi dan citra merek serta memperluas objek penelitian pada bidang jasa lainnya agar hasil penelitian menjadi lebih luas dan bervariasi.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, persepsi harga

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRICE PERCEPTION ON CUSTOMER SATISFACTION AT BISMA MUSIK STUDIO SINGARAJA

By:

Komang Ridha Kusuma Putra Yasa, NIM 2217041229

Jurusan Manajemen

ABSTRACT

Customer satisfaction is a critical factor in the sustainability of service businesses because it is linked to customers' tendency to return and use the same services. A high level of customer satisfaction can foster loyalty and enhance a business's image amid increasingly intense and evolving competition in the entertainment and music studio industries. This study aims to analyze the influence of service quality and price perception on customer satisfaction at Bisma Musik Studio Singaraja, both simultaneously and partially. The study involved 130 customers of Bisma Musik Studio Singaraja as respondents. Sampling for this study was conducted using purposive sampling. Data were collected through the distribution of a questionnaire that had been tested for validity and reliability, and were subsequently analyzed using a quantitative approach. The data analysis technique employed was multiple linear regression, accompanied by t-tests and F-tests to test the research hypotheses. This study utilized classical assumption tests to ensure the research data met the requirements for regression analysis. The results indicate that (1) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at Bisma Musik Studio Singaraja; (2) price perception has a positive and significant effect on customer satisfaction at Bisma Musik Studio Singaraja; and (3) service quality and price perception simultaneously have a significant effect on customer satisfaction at Bisma Musik Studio Singaraja. These findings reinforce service marketing theory, which explains that customer satisfaction is influenced by the service experience received as well as customers' assessment of the fairness of the price paid. This study provides practical implications for the management of Bisma Musik Studio to maintain service quality through facility readiness, service timeliness, and staff responsiveness to customer needs. Competitive and transparent pricing at Bisma Musik Studio also needs to be maintained so that customers feel the benefits they receive are commensurate with the costs incurred. Further research is recommended to include additional variables such as facility quality, location, and brand image, as well as to expand the scope of the study to other service sectors so that the research results become broader and more varied results.

Keywords: customer satisfaction, price perception, service quality