

PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN *SERVICESCAPE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV. JAYA GRAFIKA UTAMA MEDAN

¹ Ricky Saputra, ² Errie Margery, ³ Mila Asmawiani Okta

^{1,2,3} STIE Professional Manajemen College Indonesia

¹ eres080802@gmail.com, ² erriemargery@gmail.com, ³ meelha82@gmail.com

[*erriemargery@gmail.com](mailto:erriemargery@gmail.com)

Abstrak: CV. Jaya Grafika Utama adalah perusahaan percetakan yang berdiri sejak tahun 2013 dan berlokasi di Jalan PS. V Barat, MMTC Warehouse 2 Blok J, no 3A Medan. Perusahaan ini memproduksi banner, baliho, undangan, dan kartu nama. Saat ini, CV. Jaya Grafika Utama menghadapi beberapa permasalahan, antara lain dalam penetapan harga yang belum dimanfaatkan secara optimal sebagai bagian dari strategi pemasaran, sehingga tidak efektif dalam menyesuaikan harga produk baru maupun lama. Selain itu, perusahaan juga mengalami kendala dalam perancangan lingkungan layanan (*servicescape*), di mana area pelayanan terlihat kurang terawat, kotor, dan tidak tertata rapi, sehingga menurunkan kenyamanan konsumen. Masalah lainnya adalah kepuasan konsumen, karena produk yang dihasilkan sering tidak sesuai ekspektasi, mengakibatkan kekecewaan dan menurunnya tingkat kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk dari CV. Jaya Grafika Utama yang jumlahnya sebanyak 139 konsumen. Dikarenakan jumlah populasi yang berjumlah 139 konsumen, maka teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan perhitungan rumus dan diperoleh sebanyak 103 sampel yang akan dipilih dengan menggunakan *purposive sampling*. Jenis data yang dipakai adalah jenis data kuantitatif sedangkan teknik pengumpulan data yang dipakai adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penetapan Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Jaya Grafika Utama Medan. *Servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Jaya Grafika Utama Medan. Penetapan Harga dan *Servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Jaya Grafika Utama Medan.

Kata Kunci: Penetapan Harga, *Servicescape*, Kepuasan Konsumen

Abstrak: CV. Jaya Grafika Utama is a printing company established in 2013 and located at Jalan PS. V Barat, MMTC Warehouse 2 Block J, no 3A Medan. The company produces banners, billboards, invitations, and business cards. Currently, CV. Jaya Grafika Utama is facing several problems, including pricing that has not been optimally utilized as part of its marketing strategy, making it ineffective in adjusting prices for both new and existing products. In addition, the company also faces issues in designing the service environment (*servicescape*), where the service area appears poorly maintained, dirty, and disorganized, reducing customer comfort. Another problem is customer satisfaction, as the products delivered often do not meet expectations, causing disappointment and a decline in customer satisfaction. The population in this study consists of customers who purchased products from CV. Jaya Grafika Utama, totaling 139 customers. Since the population is 139, the sample size was determined using the Slovin formula, resulting in 103 samples selected through purposive sampling. The type of data used is quantitative, and the data collection technique is a questionnaire. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The research results show that Pricing has a negative and significant effect on Customer Satisfaction at CV. Jaya Grafika Utama Medan. *Servicescape* has a positive and significant effect on Customer Satisfaction at CV. Jaya Grafika Utama Medan. Pricing and *Servicescape* together have a positive and significant effect on Customer Satisfaction at CV. Jaya Grafika Utama Medan.

Keyword: Pricing, *Servicescape*, Customer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis pada industri percetakan di kota Medan semakin kompetitif karena para pelaku bisnis semakin banyak yang membuka usaha ini. Para pelaku bisnis pada usaha percetakan jarang sekali memperhatikan harga untuk setiap produk atau layanan yang ditetapkan, kemudian dari lingkungan fisik tidak terlalu memadai sehingga banyak konsumen yang berpindah-pindah ke tempat percetakan lain. CV. Jaya Grafika Utama merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang percetakan media yang menghasilkan produk berupa banner, baliho, undangan, kartu nama. Perusahaan telah berdiri sejak tahun 2013 dan beralamatkan di jalan PS. V. Barat, MMTC Warehouse 2 Blok. J, no 3A Medan.

Berdasarkan pendapat Hery (2022) penetapan harga adalah elemen penting dalam bauran pemasaran dan berfungsi sebagai alat yang fleksibel dalam pemasaran, karena penyesuaian harga lebih mudah dibandingkan dengan mengubah produk atau distribusi. Strategi penetapan harga dapat diterapkan baik pada produk yang sudah ada maupun pada produk baru.

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Aneta, dkk (2024) mendapatkan hasil penelitian bahwa penetapan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan pada penelitian Utomo, dkk (2023) mendapatkan hasil penelitian bahwa penetapan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

CV. Jaya Grafika Utama menghadapi masalah dalam penetapan harga, di mana perusahaan belum mampu memanfaatkan harga sebagai elemen penting dalam bauran pemasaran. Penyesuaian harga yang seharusnya lebih mudah dibandingkan mengubah produk atau distribusi, belum dilakukan secara efektif. Akibatnya, strategi penetapan harga, baik untuk produk yang sudah ada maupun produk baru, tidak berjalan optimal. Menurut Pratiwi, dkk (2024) *servicescape* merujuk pada seluruh komponen lingkungan fisik yang mempengaruhi pengalaman konsumen serta perilaku konsumen. Kondisi fisik dari lingkungan layanan yang dirasakan oleh konsumen berupa fasilitas, suasana dan interaksi sosial yang terjadi di tempat tersebut.

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Miranti dan Amirulmukminin (2020) mendapatkan hasil penelitian bahwa *servicescape* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan pada penelitian Amir, dkk (2024) mendapatkan hasil penelitian bahwa *servicescape* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

CV. Jaya Grafika Utama menghadapi masalah dalam perancangan lingkungan layanan (*servicescape*), di mana terdapat keluhan mengenai *servicescape* ditandai dengan kondisi dan lingkungan fisik yang kurang memadai dan tidak nyaman bagi konsumen, observasi menunjukkan bahwa area layanan konsumen di perusahaan tersebut terlihat kurang terawat, dengan fasilitas yang tampak usang dan kurang bersih, serta pengaturan ruang yang tidak rapi sehingga membuat konsumen tidak nyaman saat menunggu atau berinteraksi dengan karyawan. Menurut Djunaidi (2020) kepuasan konsumen adalah hasil dari perbandingan antara kinerja produk yang dirasakan dengan harapan yang dimiliki konsumen setelah melakukan pembelian. Jika produk tersebut memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, jika kinerja produk tidak sesuai dengan harapan, konsumen akan merasa tidak puas.

CV. Jaya Grafika Utama mengalami masalah terkait kepuasan konsumen, di mana kinerja produk yang ditawarkan belum mampu memenuhi harapan konsumen setelah pembelian. Produk yang dihasilkan sering kali tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen, sehingga menimbulkan ketidakpuasan. Alih-alih memberikan kinerja yang memenuhi atau melebihi harapan, produk tersebut justru menyebabkan penurunan tingkat kepuasan konsumen. Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Khoiriyah, dkk (2024) mendapatkan hasil penelitian bahwa *servicescape* dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan pada penelitian Amir, dkk (2024) mendapatkan hasil penelitian bahwa *servicescape* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Aneta, dkk (2024) mendapatkan hasil penelitian bahwa penetapan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan pada penelitian Utomo, dkk (2023) mendapatkan hasil penelitian bahwa penetapan harga tidak

Link Journal: <https://ejournal.ibbi.ac.id/index.php/SB/index>

berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2. METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di CV. Jaya Grafika Utama yang berlokasi di Jl. PS. V. Barat, MMTc Warehouse 2 Blok. J no 3A, Medan. Adapun periode penelitian berlangsung dari Oktober 2024 hingga Desember 2024.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk dari CV. Jaya Grafika Utama yang jumlahnya sebanyak 139 konsumen. Dikarenakan jumlah populasi yang berjumlah 139 konsumen, maka teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin. Dengan demikian dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang diperoleh adalah sebanyak 103 responden yang dipilih dengan menggunakan *purposive sampling*.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan terkait permasalahan yang diteliti oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner (Angket)
Kuesioner di bagikan kepada pelanggan.
2. Wawancara
Wawancara dilakukan kepada beberapa karyawan perusahaan pada awal penelitian untuk mencari tahu tentang fenomena-fenomena atau masalah-masalah yang terjadi di perusahaan.
3. Studi pustaka
Studi pustaka yang digunakan dalam penelitian ini yaitu : buku-buku dan jurnal yang berhubungan dengan variabel dalam penelitian
4. Studi dokumentasi
Studi dokumentasi yang diperoleh dari sejarah perusahaan, struktur organisasi, visi dan misi.

Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang berupa data-data yang berupa angka yang karakteristiknya selalu dalam bentuk numerik seperti data pendapatan, jumlah penduduk, tingkat konsumsi, bunga bank dan sebagainya. Ada dua sumber data berdasarkan sumbernya yang umumnya digunakan dalam penelitian yaitu :

1. Data Primer
Merupakan data yang diambil dari sumbernya, serta belum pernah dipublikasi oleh instansi tertentu. Umumnya dihasilkan dari kegiatan survei lapangan dan dengan menggunakan instrumen seperti kuesioner, daftar pertanyaan dan lainnya.
2. Data Sekunder
Merupakan data yang telah diolah dan dipublikasi oleh instansi tertentu.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Berikut hasil uji analisis regresi linear berganda yaitu :

Tabel 1.
Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.109	1.312			8.469	.000		
	Penetapan Harga	-.117	.054	-.153		-2.158	.033	1.000	1.000
	<i>Servicescape</i>	.513	.053	.688		9.693	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Penelitian 2025 (Data diolah)

$$Y = 11,109 - 0,117 + 0,513 + e$$

Berdasarkan persamaan di atas maka dapat diuraikan berikut :

1. Konstanta (α) = 11,109 menunjukkan nilai konstanta, jika nilai variabel bebas (X_1) yaitu: Penetapan Harga dan variabel (X_2) yaitu *Servicescape* bernilai 0, maka Kepuasan Konsumen adalah: tetap bernilai sebesar 11,109.
2. Koefisien $X_1(b_1)$ = 0,117 menunjukkan bahwa variabel Penetapan Harga (X_1) berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 0,117. Artinya: setiap peningkatan nilai Penetapan Harga (X_1) sebesar 1 satuan, maka nilai Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 11,7%.
3. Koefisien $X_2(b_2)$ = 0,513 menunjukkan bahwa variabel *Servicescape* (X_2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 0,513. Artinya: setiap peningkatan nilai *Servicescape* (X_2) sebesar 1 satuan, maka nilai Kepuasan Konsumen akan menurun sebesar 51,3%.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Berikut ini merupakan hasil pengujian hipotesis secara parsial:

Tabel 2.
Pengujian Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.109	1.312			8.469	.000		
	Penetapan Harga	-.117	.054	-.153		-2.158	.033	1.000	1.000
	<i>Servicescape</i>	.513	.053	.688		9.693	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Penelitian 2025 (Data diolah)

Hasil pengujian untuk masing-masing variabel bebas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada variabel Penetapan Harga (X_1) terlihat bahwa nilai $t_{hitung} -2.158 < t_{tabel} 1.983$ dengan signifikansi $0.033 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif dan signifikan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen CV. Jaya Grafika Utama sehingga H_1 diterima.
2. Pada variabel *Servicescape* (X_2) terlihat bahwa nilai $t_{hitung} 9.693 > t_{tabel} 1.983$ dengan signifikansi $0.000 < 0,05$ sehingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen CV. Jaya Grafika Utama sehingga H_2 diterima.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Berikut ini merupakan hasil pengujian hipotesis secara simultan:

Tabel 3.
Pengujian Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	412.195	2	206.098	49.153	.000 ^b
	Residual	419.300	100	4.193		
	Total	831.495	102			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), *Servicescape*, Penetapan Harga

Sumber: Hasil Penelitian 2025 (Data diolah)

Nilai $F_{hitung} (49.153) > F_{tabel} (3.09)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima dengan pengertian bahwa secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan Penetapan Harga dan *Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen CV. Jaya Grafika Utama.

Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dapat dilihat di bawah ini :

Tabel 4.
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.704 ^a	.496	.486	2.048	1.911

a. Predictors: (Constant), *Servicescape*, Penetapan Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Penelitian 2025 (Data diolah)

Nilai *Adjust R Square* (*Adjusted R²*) atau koefisien determinasi yang telah terkorelasi dengan jumlah variabel dan ukuran sampel sehingga dapat mengurangi unsur bias jika terjadi penambahan variabel maupun penambahan ukuran sampel yang diperoleh adalah: sebesar 0,486. Hal ini berarti bahwa besarnya pengaruh variabel Penetapan Harga dan *Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen adalah: sebesar 48,6% dan sisanya 51,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan

Adapun kesimpulan dalam penelitian ini:

1. Penetapan Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Jaya Grafika Utama Medan.
2. *Servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Jaya Grafika Utama Medan.
3. Penetapan Harga dan *Servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Jaya Grafika Utama Medan.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Ketua Program Studi Manajemen STIE Professional Manajemen College Indonesia yang telah memberikan dukungan untuk mengembangkan penelitian ini sehingga dapat dipublikasikan dalam bentuk jurnal dan terima kasih kepada Dosen pembimbing I dan Dosen pembimbing II atas arahan serta masukan yang berharga pada penelitian ini.

6. REFERENSI

- Aneta, Chelsy Olivia, Tineke Wolok dan Ramlan Amir Isa. 2024. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada RM. Wong Solo, Jl. Panjaitan Kota Gorontalo)." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*.
- Djunaidi, Firman Gazali. 2020. Analisis Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Minyak Kayu Putig Pad Ketel Wakbarua di Desa Ubung Pasuruan: Qiara Media
- Febry, Tomotius dan Teofilus. 2020. SPSS: Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Ghodang, Hironymus. 2020. Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur Dengan SPSS. Medan: Penerbit Mutra Grup
- Gunawan, Ce. 2020. Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengelola Data Dengan IBM SPSS Statistic 25). Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Hery. 2022. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Grasindo.
- Khoriyah, Novita Evi, Edwin Agus Buniarto and Nurali Agus Najibul. 2024. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Servicescape, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Depot Bu Titin Khas Trenggalek Kediri." *Jurnal Musytari*.
- Miranti, Remita dan Amirul mukminim. 2020. "Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Pengadaian (Persero) cabang Bima" *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*
- Pratiwi, Anthonia Ditha Sendy, dan Klemensia Erna Christina Sinaga. 2024. Pengaruh Motivasi, Pengetahuan Perpajakan, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak (Studi Kasus Pada Wajib Pajak Orang Pribadi di Wilayah Kantor Pelayanan Pajak Pratama Yogyakarta). *Ultima Accounting*. ISSN 2085-4595
- Utomo, Imam Agung, Sunarji dan Supriyono. 2023. "Pengaruh Penetapan Harga Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada RM. Wong Solo, Jl. Panjaitan Kota Gorontalo)." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*.