



Pengaruh Sistem Konsinyasi dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Telkopay di Kecamatan Sawangan Kota Depok

Suryadi Marthadinata¹, Bayu Lhutfi Rizalul Haq²

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pamulang

suryadimarthadinata01196@gmail.com¹ bayu.lhutfi555@gmail.com²

Dikirim 10 Januari 2024 | Direvisi 23 Januari 2024 | Diterima 29 Februari 2024

*Korespondensi Penulis

ABSTRACT

The aim of this study is to find out the impact of Telkopay Application Kosninyasi System and Price on Customer Satisfaction in Depok City. The method used in research is a quantitative descriptive method with an associative approach. The sampling techniques used are probability samplings, methods of sampled using slovin theory. The analysis uses regression analysis, correlation coefficient analysis, determination coffice analysis and hypothesis testing. The results of the study were Consignation System (X1) and Price (X2) positively and significantly influenced in terms of Customer Satisfaction (Y) with the regression equation $Y = 3,959 + 0,383 X1 + 0,678 X2 + \alpha$. The determination coefficient was simultaneously affected by 0.926. The test of the hypothesis perpendicularly obtains the result of the Consignation System (X1) of Thitung >Ttable or (11.596 > 1.661). Then H0 is rejected and H1 is accepted. This means that there is a positive and significant influence between the independent variable System of Consignment (X1) and Customer Satisfaction (Y). The partial hypothesis test obtains the result Price (X2) of Thitung > Ttable or (18,983 > 1,661). Then H0 is rejected and H2 is accepted. This means there is positive and meaningful influence of the internal variable independent Price(X2) on customer satisfaction(Y). Simultaneous hypothetical testing of the variables System of Konsinyasi (X1 and Price(x2) obtaining the result of Calculation >Ftable or (284,631 > 3,09). Thus H0 rejects and H3 accepts, meaning that the Consignation System (X1), and the price (X2), together have a positive influence on customer satisfying (Y).

Keywords: System of consignment, Price, Customer satisfaction.

ABSTRAK

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Sistem Kosninyasi Aplikasi Telkopay dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kota Depok. Metode yang digunakan dalam penelitian in adalah metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Teknik sampling yang digunakan yaitu probability sampling, metode pengambilan sampel dengan menggunakan teori slovin. Analisis menggunakan analisis regresi, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian adalah Sistem Konsinyasi (X1) dan Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhdap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan persamaan regresi $Y = 3,959 + 0,383 X1 + 0,678 X2 + \alpha$. Koefisien determinasi berpengaruh secara simultan 0,926. Uji hipotesis secara persial diperoleh hasil Sistem Konsinyasi (X1) sebesar Thitung >Ttabel atau (11.596 > 1.661). Maka H0 ditolak dan H1 diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel independen yaitu Sistem Konsinyasi (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Uji hipotesis parsial diperoleh hasil Harga (X2) sebesar Thitung > Ttabel atau (18,983 > 1.661). Maka H0 di tolak dan H2 diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan anantara variabel independen yaitu Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Uji hipostesis simultan anantara variabel Sistem Konsinyasi (X1) dan Harga (X2) diperoleh hasil Fhitung >Ftabel atau (284,631 > 3,09). Dengan demikian H0 ditolak dan H3



diterima, artinya Sistem Konsinyasi (X1) dan Harga (X2) secara Bersama-sama berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Kata Kunci: Kata Kunci: Sistem Konsinyasi, Harga, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Penelitian ini didasarkan pada fenomena perkembangan bisnis di era digital yang semakin pesat. Salah satunya hal yang mendorong pertumbuhan bisnis adalah kemudahan melakukan transaksi pembayaran yang dapat dilakukan secara online/offline. Salah satu aplikasi yang populer dalam melakukan pembayaran di Indonesia adalah payment Aplikasi Telkopy. pembatasan masalah diatas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut : bagaimana pengaruh sistem konsinyasi terhadap kepuasan pelanggan aplikasi telkopy, bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan aplikasi telkopy dan bagaimana sistem konsinyasi dan harga simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan aplikasi telkopy di kecamatan sawangan kota depok?

Maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: untuk mengetahui Pengaruh Sistem Konsinyasi terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi telkopy, untuk mengetahui pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Telkopy dan untuk mengetahui pengaruh Sistem Konsinyasi dan Harga secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kecamatan Sawangan Kota Depok?

Pengertian Manajemen

Menurut Robbins dan Coulter (2018:8) berpendapat “manajemen melibatkan koordinasi dan mengawasi aktivitas kerja lainnya sehingga kegiatan mereka selesai dengan efektif dan efisien. Arti dari efisien itu sendiri adalah mendapatkan hasil *output* terbanyak dari *input* yang seminimal mungkin, sedangkan efektif adalah “melakukan hal yang benar”, yaitu melakukan sebuah pekerjaan yang dapat membantu organisasi mencapai tujuannya”.

Pengembangan Hipotesis

Menurut Sugiyono (2020:64) menjelaskan bahwa “hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah karena sifatnya sementara, maka perlu di buktikan kebenarannya melalui data empirik yang terkumpul”. Hipotesis dalam penelitian ini adalah harapan yang dinyatakan oleh peneliti mengenai hubungan antara variable-variabel di dalam masalah penelitian.

Sementara menurut Arikunto (2019:71) meyampaikan bahwa “hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul”. Berdasarkan uraian teori di atas maka diusulkan hipotesis sebagai berikut:

$H_{01} : \rho_1 = 0$ Diduga tidak terdapat pengaruh Sistem Konsinyasi terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Telkopy di Kecamatan Sawangan Kota Depok.

$H_{a1} : \rho_1 \neq 0$ Diduga terdapat pengaruh Sistem Konsinyasi terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Telkopy di Kecamatan Sawangan Kota Depok.

$H_{02} : \rho_2 = 0$ Diduga tidak terdapat Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Telkopy di Kecamatan Sawangan kota Depok.

$H_{a2} : \rho_2 \neq 0$ Diduga terdapat pengaruh Harga Terhadap kepuasan Pelanggan Aplikasi Telkopy di Kecamatan Sawangan Kota Depok.

$H_{03} : \rho_3 = 0$ Diduga tidak terdapat pengaruh Sistem Konsinyasi dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Telkopy di Kecamatan Sawangan Kota Depok.

$H_{a3} : \rho_3 \neq 0$ Diduga terdapat pengaruh Sistem Konsinyasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kecamatan Sawangan Kota Depok.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif, dimana menurut Sugiyono (2020:36) “penelitian asosiatif adalah untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih”. Dengan demikian penelitian asosiatif ini dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Dengan pendekatan penelitian kuantitatif,

Menurut Sugiyono (2020:215) berpendapat “populasi adalah jumlah wilayah generalisasi yang

terdiri atas obyek dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Sedangkan menurut Arikunto (2019:173) menyampaikan bahwa “populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”. Dari pengertian di atas, disimpulkan populasi adalah keseluruhan karakteristik atau sifat subjek atau objek yang dapat ditarik sebagai sampel. Dalam penelitian populasinya adalah konsumen CV. Putra Deka Mandiri di Tangerang berjumlah 2.735 konsumen (Diambil jumlah konsumen tahun 2023). **Sampel** Menurut Sugiyono (2020:215) berpendapat “sampel adalah jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”. menurut Arikunto (2019:131), “sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Lebih lanjut menurut Sugiyono (2020:81) “teknik *sampling* merupakan tehnik pengambilan sampel untuk digunakan dalam penelitian”. Dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling*.

- a. Jika Nilai *Cronbach's Alpha* < 0,600, maka instrumen tidak reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ketepatan sebuah data. Menurut Ghozali (2018:45) “uji asumsi klasik merupakan tahap awal yang digunakan sebelum analisis regresi linear berganda. Dilakukannya pengujian ini untuk dapat memberikan kepastian agar koefisien regresi tidak bias serta konsisten dan memiliki ketepatan dalam estimasi”.

Selanjutnya menurut Santoso (2019:342) berpendapat “sebuah model regresi akan digunakan untuk melakukan peramalan sebuah model yang baik adalah model dengan kesalahan peramalan yang seminimal mungkin. Karena itu, sebuah model sebelum digunakan seharusnya memenuhi beberapa asumsi, yang biasa disebut asumsi klasik”. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah meliputi: uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Menurut Ghozali (2018:160) berpendapat “model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal”. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Dengan demikian uji ini untuk memeriksa apakah data yang berasal dari populasi terdistribusi normal atau tidak. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model-model penelitian tersebut adalah data yang berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas ini bertujuan menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Menurut Ghozali (2018:105) berpendapat bahwa “uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen)”.

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu adanya korelasi antar anggota sampel. Menurut Ghozali (2018:110) berpendapat “uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi liner ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Pengujian Instrumen Data Penelitian

Pengujian instrumen data diperlukan untuk mengetahui bahwa variabel yang diteliti memiliki fungsi sebagai alat pembuktian meliputi uji validitas dan uji reliabilitas.

Uji Validitas Instrumen

Uji validitas dimaksudkan untuk menguji pernyataan pada setiap butir pertanyaan pada kuesioner valid atau tidak. Untuk mengolah uji validitas, peneliti menggunakan *software* SPSS Versi 26 dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka instrumen dinyatakan valid.
- b. Jika nilai r hitung $<$ r tabel, maka instrumen dinyatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas Instrumen

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk menguji suatu kuesioner reliabel atau handal atau tidak. Menurut Ghozali (2018:47) “uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliabel* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu”. Adapun kriteria atau ketentuan dalam memutuskan pernyataan tersebut reliabel atau tidak, berikut ini untuk ketentuannya:

- a. Jika nilai *cronbatch alpha* $>$ 0,600, maka instrumen reliabel.
- b. Jika nilai *cronbatch alpha* $<$ 0,600, maka instrumen tidak reliabel.

Pengujian Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ketepatan data, atau keberartian hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan dengan lebih akurat, efisien, dan terhindar dari kelemahan-kelemahan yang terjadi karena masih adanya gejala-gejala asumsi klasik atau layak atau tidak data yang dipakai dilanjutkan sebagai data penelitian. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program *SPSS Versi 26*. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang dilakukan adalah terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heterokedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk memastikan asumsi bahwa persamaan tersebut berdistribusi normal dilakukan melalui pendekatan alat ukur perhitungan residual variabel dependen.

Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogorov-Smirnov Test

N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.42036515
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.100
	Negative	-.066
Test Statistic		.100
Asymp. Sig. (2-tailed)		.018 ^c

Sumber: Data diolah, 2023

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk meyakini bahwa antar 93ndepend bebas tidak memiliki multikolinearitas atau tidak memiliki hubungan korelasi antara 93ndepend 93ndependent. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara 93ndepend 93ndependent. Uji ini dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Adapun sebagai prasyarat adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai VIF $>$ 10 dan nilai *tolerance value* $>$ 1 maka terjadi gejala multikoliniearitas
- b. Jika nilai VIF $<$ 10 dan nilai *tolerance value* $<$ 1 maka tidak terjadi gejala multikoliniearitas.

Adapun hasil uji dengan menggunakan SPSS Versi 26 sebagai berikut:

Hasil Pengujian Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.959	1.819		2.176	.032		
	Sistem Konsinyasi	.383	.057	.335	6.688	.000	.598	1.671
	Harga	.678	.050	.676	13.479	.000	.598	1.671

Sumber: Data diolah, 2023

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dimaksudkan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan korelasi antar anggota sampel. Untuk mengetahui adanya autokorelasi dilakukan pengujian *Durbin-Watson* (DW) dengan membandingkan antara nilai *Durbin-Watson* dengan kriteria atau pedoman dalam interpretasi. Adapun kriteria pedoman Uji *Durbin-Watson* (DW Test) yang menjadi acuannya adalah sebagai berikut. Adapun hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

Hasil Uji Autokorelasi Dengan Durbin-Watson

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.926 ^a	.857	.854	2.34231	2.164

a. Predictors: (Constant), Harga, Sistem Konsinyasi
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan *varians residual*. Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan uji *Glejser* dimana hasil uji ini dapat dilihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lain. Adapun ketentuan terjadi dan tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

a. Jika variabel independen (X) memiliki nilai signifikansi (Sig.) < 0,05, maka terjadi gangguan heteroskedastisitas.

b. Jika variabel independen (X) memiliki nilai signifikansi (Sig.) > 0,05, maka tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas.

Adapun hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Uji Glejser

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.990	1.167		3.421	.001
	Sistem Konsinyasi	-.034	.037	-.121	-.934	.353
	Harga	-.029	.032	-.116	-.899	.371

Sumber: Data diolah, 2023

Pengujian Hipotesis

a. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis Sistem Konsinyasi (X₁) dan Harga (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dilakukan dengan uji t (uji secara parsial). Dalam penelitian ini digunakan kriteria signifikansi 5% (0,05) dengan cara membandingkan antara nilai *t hitung* dengan *t 94able* yaitu dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $t_{hitung} < t_{94able}$: berarti H₀ diterima dan H₁ ditolak
- 2) Jika nilai $t_{hitung} > t_{94able}$: berarti H₀ ditolak dan H₁ diterima

Adapun hasil pengolahan data menggunakan program SPSS Versi 26, dengan hasil sebagai berikut:

Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Sistem Konsinyasi (X₁) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.022	3.088		1.302	.196
	Sistem Konsinyasi	.873	.075	.764	11.596	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah, 2023

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Untuk pengujian pengaruh variabel Sistem Konsinyasi dan kualitas produk secara simultan terhadap loyalitas konsumen dilakukan dengan uji statistik F (uji simultan) dengan signifikansi 5%. Dalam penelitian ini digunakan kriteria signifikansi 5% (0,05) yaitu membandingkan antara nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$: berarti H_0 diterima dan H_3 ditolak
- 2) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$: berarti H_0 ditolak dan H_3 diterima

Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Sistem Konsinyasi (X₁) dan Harga (X₂) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3123.200	2	1561.600	284.631	.000 ^b
	Residual	521.208	95	5.486		
	Total	3644.408	97			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga Sistem Konsinyasi

Sumber: Data diolah, 2023

PEMBAHASAN

Pembahasan Deskriptif

Kondisi Jawaban Responden Variabel Sistem Konsinyasi

Total *mean* skor variabel Sistem Konsinyasi adalah sebesar 4,07 yang termasuk kategori baik. Berdasarkan rata-rata jawaban responden, mayoritas merespon positif atas Sistem Konsinyasi yang dilakukan. Berdasarkan jawaban, sebanyak 242% memberikan jawaban sangat setuju (SS), sebanyak 589% memberikan jawaban setuju (S), namun masih ada responden sebanyak 77% yang memberikan jawaban kurang setuju (KS), sebanyak 27% memberikan jawaban tidak setuju (TS), dan sebanyak 14% memberikan jawaban sangat tidak setuju (STS).

Kondisi Jawaban Responden Variabel Harga

Total *mean* skor variabel kualitas produk adalah sebesar 3.68% yang termasuk kategori baik. Berdasarkan rata-rata jawaban responden, mayoritas merespon positif atas kualitas produk yang dilakukan. Berdasarkan jawaban, sebanyak 96% memberikan jawaban sangat setuju (SS), sebanyak 462% memberikan jawaban setuju (S), namun masih ada responden sebanyak 167% yang memberikan jawaban kurang setuju (KS), sebanyak 42% memberikan jawaban tidak setuju (TS), dan sebanyak 33% memberikan jawaban sangat tidak setuju (STS).



Kondisi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan

Total *mean* skor variabel loyalitas konsumen adalah sebesar 3.96 yang termasuk kategori baik. Berdasarkan rata-rata jawaban responden, mayoritas merespon positif atas loyalitas konsumen yang dilakukan. Berdasarkan jawaban, sebanyak 198% memberikan jawaban sangat setuju (SS), sebanyak 630% memberikan jawaban setuju (S), namun masih ada responden sebanyak 123% yang memberikan jawaban kurang setuju (KS), sebanyak 26% memberikan jawaban tidak setuju (TS), dan sebanyak 23% memberikan jawaban sangat tidak setuju (STS).

PEMBAHASAN KUANTITATIF

Pengaruh Sistem Konsinyasi (X_1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 4,022 + 0,873 X_1$ dengan koefisien korelasi sebesar 0,764 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat dengan koefisien determinasi 0,583 atau 58,3% sedangkan sisanya sebesar 94,17% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian, uji hipotesis di peroleh nilai *thitung* > *ttabel* ($11.596 > 1.661$). Dengan demikian H_0 di tolak dan H_1 di terima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Sistem Konsinyasi terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Aplikasi Telkopay di Kota Depok. Penelitian sejalan dengan penelitian terdahulu Ambar Anggarini, Cindy Febry Mardiana, Muhammad Risky Ridho Djafar, Faruq Alfares, Fiqhrismanwirat, Carmidah (2022) pada jurnal Publikasi Manajemen (JUPIMAN) yang berjudul Analisis Penjualan Konsinyasi Pada Usaha Rumahan Produk Kerupuk Sugianti Raman Utara Kanupaten Lampung Timur dimana didalam penelitiannya menghasilkan kesimpulan menunjukkan enjualan sistem konsinyasi pada usaha kerupuk Sugianti dengan sistem upah 1% per 10 unit produk yang dititipkan dan berlaku kelipatannya. Pelaku usaha selaku sebagai Pengamat menanggung beban-beban terjadi pada produk titipan sehingga sistem penjualan produk makanan kerupuk milik ibu Sugianti sudah sesuai dengan teori penjualan konsinyasi.

Pengaruh Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil analisis, di peroleh nilai persamaan regresi $Y = 13,271 + 0,891 X_2$. Dengan koefisien korelasi sebesar 0,889 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang rendah dengan koefisien dterminasi 0,790 atau 790% sedangkan sisanya sebesar 92,1% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian, uji hipotesis di peroleh *thitung* > *ttabel* ($18,983 > 1.661$). dengan demikian H_0 di tolak dan H_2 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan/ Mitra Bisnis pada Aplikasi Telkopay di Kota Depok

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu Depy Muhamad Pauzy (2022) pada jurnal Bina Manajemen yang berjudul Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Kelom Sheny di Kota Tasikmalaya. Dimana dalam penelitiannya menunjukkan adanya Hasil penelitian dan analisis mengenai Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Kelom Sheny di Kota Tasikmalaya memiliki hasil penelitian yang berbeda dengan sebelumnya, karena nilai siginifikansi yang lebih besar dari tingkat signifikansi yang disyaratkan yaitu $0,384 > 0,05$. Tingkat persaingan dalam sebuah industri pada produk Kelom Sheny yang semakin meningkat saat ini menjadikan aspek kepuasan pelanggan menjadi beragam, diperlukan upaya lebih dalam menyesuaikan kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Berdasarkan hasil *r square* yaitu 0,008 atau bisa dikatakan bahwa pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan hanya berpengaruh sebesar 0,8% dan itu membuktikan terdapat 99,2% dipengaruhi oleh variabel lain. Faktor dalam meningkatkan kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh harga tetapi harus disertai berbagai aspek lainnya seperti kualitas dan layanan.

Pengaruh Sistem Konsinyasi (X_1) Dan Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa Sistem Konsinyasi (X_1) dan Harga (X_2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 3,959 +$

0,383 (X1) + 0,678 (X2). Dengan koefisien korelasi atau tingkat hubungan antara variabel bebas dan terikat sebesar 0,926 yang artinya memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 0,926 atau 926% sedangkan sisanya sebesar 7,4% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian, uji hipotesis di peroleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (284,631 > 3,09), dengan demikian maka H_0 di tolak dan H_3 di terima, artinya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Sistem Konsinyasi dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Telkopay pada Aplikasi Telkopay di Kota Depok.

Hal ini Penelitian ini di fokuskan pada analisis mendalam terkait pengaruh Sistem Konsinyasi Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam konteks bidang penelitian yang belum banyak dieksplorasi. Meskipun tinjauan literatur menunjukkan keterbatasan penelitian sebelumnya dalam domain ini, penulis berhasil mengidentifikasi temuan terkait dengan aspek tertentu dan berupaya untuk menjelajahi dinamika yang belum terungkap sebelumnya. Dalam perbandingan dengan penelitian ini, meskipun tidak ada penelitian langsung yang serupa, penulis membandingkan temuan dengan penelitian tentang topik terkait, memberikan gambaran lebih lanjut tentang aspek tertentu yang menjadi fokus penelitian penulis. Kekurangan dalam penelitian sebelumnya, terutama dalam menyelidiki penelitian Pengaruh Sistem Konsinyasi Aplikasi Telkopay Terhadap Kepuasan Pelanggan, menjadi landasan bagi pemilihan metode baru yang penulis terapkan.

Metode penelitian ini, melibatkan survei dan analisis data statistik, dipilih untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan dan memberikan wawasan yang lebih mendalam. Kontribusi penelitian ini terletak pada pengayaan pemahaman kita tentang bagaimana variabel independen secara spesifik mempengaruhi variabel dependen, membuka jalan untuk pemahaman yang lebih mendalam dalam fenomena tertentu.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh *relationship marketing* dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada CV. Putra Deka Mandiri di Tangerang, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Sistem Konsinyasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai persamaan regresi $Y = 4,022 + 0,873 X_1$ dengan koefisien korelasi sebesar 0,764 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat dengan koefisien determinasi 0,583 atau 58,3% sedangkan sisanya sebesar 94,17% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian, uji hipotesis di peroleh nilai $t_{(hitung)} > t_{tabel}$ (11.596 > 1.661). Dengan demikian H_0 di tolak dan H_1 di terima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Sistem Konsinyasi terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Aplikasi Telkopay di Kota Depok.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai persamaan $Y = 13,271 + 0,891 X_2$. Dengan koefisien korelasi sebesar 0,889 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang rendah dengan koefisien dterminasi 0,790 atau 790% sedangkan sisanya sebesar 92,1% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian, uji hipotesis di peroleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ (18,983 > 1.661). dengan demikian H_0 di tolak dan H_2 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan/ Mitra Bisnis pada Aplikasi Telkopay di Kota Depok.
3. Sistem Konsinyasi dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 3,959 + 0,383 (X1) + 0,678 (X2)$. Dengan koefisien korelasi atau tingkat hubungan antara variabel bebas dan terikat sebesar 0,926 yang artinya memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 0,926 atau 926% sedangkan sisanya sebesar 7,4% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian, uji hipotesis di peroleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (284,631 > 3,09), dengan demikian maka H_0 di tolak dan H_3 di terima, artinya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Sistem Konsinyasi dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Telkopay pada Aplikasi Telkopay di Kota Depok.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari (2019) Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: BPFE.
- Alma, Buchori (2019) Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa, Bandung: CV. Alfabetha.
- Anang Firmansyah dan Mahardhika (2019) Pengantar Manajemen,. Yogyakarta: Deepublish.
- Arumsari (2019) Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK)
- Assauri. Sofyan (2018) Manajemen Pemasaran, edisi pertama, cetakan kedelapan, Jakarta: Raja Grafindo.
- Chan (2018) Relationship Marketing: Inovasi Pemasaran yang Membuat Konsumen Bertekuk lutut, Cetakan Kedua. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kotler (2019) Manajemen Pemasaran”. Edisi Keempat belas, Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Armstrong (2019) Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Kedua Belas”. Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller (2019) Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Macaman Jaya Cemerlang.
- Lamb. Hair dan McDaniel (2018) Pemasaran, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta: Swasta Dharmmesta.
- Lovelock & Wirtz (2020) Priciple Of Service Marketing And Management, Person Education International: New Jersey.
- Lupiyohadi, Rambat (2020) Manajemen Pemasaran Jasa edisi 2 , Jakarta : Salemba Empat.
- Machfoedz, M (2019) Pengantar Pemasaran Modern. Akademi Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: YPKPN
- Maholtra. Naresh K (2018) Riset Pemasaran (Marketing Research). Edisi 4 Jilid 1. New Jersey, Indonesia: PT. Indeks
- Malholta N.K., & Dash, S. (2019) Marketing Research an Applied Orientation. (7th ed.). Chennai: Pearson India Education Relationship s. Martin, E.
- Mcdonal dan Keegen (2019) Marketing Plans That Work. Jakarta: Erlangga.
- Moleong (2018) Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono (2020) Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D, Bandung: Alfabeta
- Swastha. Bashu (2019) Manajemen Pemasaran Moderen. Yogyakarta: BPFE
- Umi Narimawati (2018) Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif, Teori. Dan Aplikasi. Bandung: Agung Media
- Vanessa Gafar (2019) CRM dan MPR Hotel (CRM dan Marketing) Public Relations. Bandung: Alfabeta
- Ambar Anggarini, Cindy Febry Mardiana, Muhammad Risky Ridho Djafar, Faruq Alfares, Fiqhrismanwirat, Carmidah (2022) Analisis Penjualan Konsinyasi pada usaha rumahan produk krupuk sugianti di Raman Utara Kabupaten Lampung Timur.” Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen P-ISSN : 2963-8712, Hal 222-230.
- Chandra Puspita Dewi (2022) Pengaruh Harga Ms Glow terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal <http://jurnal.unda.ac.id/index.php/KEIZAI/index> p ISSN 2807-5668 e ISSN 2807-3967
- Depy Muhamad Pauzy (2022) Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Kelom Sheny di Kota Tasikmalaya.”Jurnal Bina Manajemen Vol. 11 No.1 Hal 163-174.
- Dian Cahyana, Nurul Isnaini, Carmidah (2023) Mekanisme Penjualan Produk dengan sistem konsinyasi pada pelaku usaha kripik singkong di Desa Sendang Agung Bandar Mataram.”Junal Manajemen dan Ekonomi Bisnis ISSN: 2962- 3596, Hal 01-07.
- Maharani Trivena, Shinta, Tri Yulistyawati Evelina, dan Eko Boedhi Santoso. 2021. Sistem Penjualan Konsinyasi Guna meningkatkan penjualan dan kelancaran pembayaran pada UMKM di Kota Malang. “Jurnal Administrasi dan Bisnis ISSN 1987-726X eISSN 2715-0216.
- Maria Veronika Marpaung dan Marheni Eka Saputri (2021) Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Kopi Massa Kok Tong Lim Ming Bukit Tinggi. “Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi) P-ISSN; 2541-5255 E-ISSN: 2621-5306
- Muh. WahyuddinMH., SE., ME (2022) Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Furnitur Angkasa Rahmat Unaaha. “Jurnal Sibatik E-ISSN: 2809-8544
- Tantya Shifa Ramadhani, Difa Madani Sabil, dan Wachdijono(2023) Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Nasi Jamblang di Kota Cirebon Provinsi Jawa Barat. “Jurnal Agropross,

National Conference Proceedings of Agriculture E-ISSN : 2964-0172

Zulfa Fauziah Syarif, Ristandela Valentia, Dwi Aprianti, Dilah Berlian Permata, Arni Fransisca dan Carmidah (2022) Mekanisme Pembagian Komisi Penjualan Barang Konsinyasi Produk Gas LPG di Toko Yurika Kabupaten Lampung Timur. "Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN) E-ISSN : 2963-766X ; P-ISSN : 2963-8712, Hal 231-237

