

## Pengaruh Penetapan Harga Dan Kualitas Pelayanan Oleh Agen Telur UD. ENGGAL Jaya Terhadap Kepuasan Peternak Ayam Layer Di Kabupaten Kediri

**Agung Imam Utomo, Sumarji, Supriyono**  
Magister Manajemen, Universitas Islam Kediri  
<sup>1</sup>email : [agungaiu69@gmail.com](mailto:agungaiu69@gmail.com)

### **Abstract**

Egg marketing is the final process of a business activity for breeding chicken eggs where farmers or producers convey the results of their production to consumers with the help of marketing institutions. The intense competition in the field of egg marketing is characterized by many egg agents that offer a variety of cooperation with various advantages. The level of satisfaction of farmers will determine the sustainability of business cooperation with egg agents. The purpose of this study is (1) knowing how the influence of pricing by egg agents UD. Enggal Jaya on the satisfaction of chicken farmers layer, (2) know how the influence of service quality by egg agents UD. Enggal Jaya on the satisfaction of layer chicken farmers and (3) know how the effect of determining the price and quality of service by egg agents UD. Enggal Jaya for the satisfaction of chicken farmers. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The conclusion of this study is that pricing has no positive and insignificant effect while service quality has a positive and significant effect on the satisfaction of layer chicken farmers, pricing and services simultaneously affect the satisfaction of layer chicken farmers.

**Keywords:** Pricing, Service Quality and Farmer Satisfaction

### **Pendahuluan**

Secara umum perkembangan populasi ayam ras petelur di Indonesia berkembang cukup signifikan dengan kecenderungan mengalami peningkatan. Peningkatan ini sejalan dengan peningkatan pertumbuhan penduduk sehingga kebutuhan akan telur ayam ras dipastikan akan meningkat, khususnya di daerah perkotaan dimana pada umumnya lebih memilih telur ayam ras karena harganya yang relatif murah dari pada telur ayam kampung/lokal.

Telur merupakan salah satu produk peternakan unggas yang memiliki kandungan gizi yang cukup lengkap dan mudah dicerna. Telur adalah salah satu sumber protein hewani disamping daging, ikan, dan susu. Telur merupakan bahan makanan yang bernilai gizi tinggi dan relatif murah dibandingkan sumber protein yang lain, sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat. Besarnya kandungan kalori protein, dan lemak tiap 100 gram bagian yang di makan dari telur adalah kandungan kalori 162 kalori, 12,8 lemak, dan protein sebesar 11,5 (Sediaoetama, 2006).

Rata-rata konsumsi produk telur ayam ras perkapita per tahun di Indonesia menurut Sekretariat Ditjen PKH (2019)

yaitu pada tahun 2015 sebesar 123.213,57 butir, tahun 2016 sebanyak 136.197,14 butir, tahun 2017 sebanyak 133.850,71 butir, dan pada tahun 2018 sebanyak 149.754,29 butir.

Pemasaran telur merupakan proses akhir dari suatu kegiatan usaha peternakan telur ayam ras dimana peternak atau produsen menyampaikan hasil produksinya kepada konsumen dengan bantuan lembaga pemasaran yang terdapat satu atau lebih dari lembaga pemasaran lainnya. Peran lembaga pemasaran sangat dibutuhkan oleh peternak agar produk yang dihasilkan oleh peternak cepat sampai ketangan konsumen. Saluran pemasaran akan terjadi pada saat pedagang melakukan transaksi penjualan dengan lembaga pemasaran (Pinto, et al, 2016).

Salah satu agen telur yang ada di Kabupaten Kediri adalah UD. Enggal Jaya, yang memposisikan diri sebagai perusahaan pemasaran kemudian melibatkan peternak ayam layer sebagai peternak mitra, wilayah operasional dari UD. Enggal Jaya di daerah Kediri selatan dan blitar utara. Perusahaan memberikan kesempatan kepada peternak ayam layer untuk bekerjasama tanpa terikat maupun kontrak.

Efisiensi pemasaran telur ayam ras merupakan suatu hal yang sangat penting khususnya dalam melindungi peternak dari pembagian yang tidak adil serta konsumen dapat memperoleh harga telur ayam ras yang sesuai. Akibat dari 3 penataan jalur pemasaran yang kurang tepat, maka sudah pasti efisiensi pemasaran tidak akan tercapai. Penyusunan program pemasaran dengan rantai pemasaran yang panjang akan menyebabkan tingginya biaya pemasaran sehingga menjadi tidak efisien akan menyebabkan kerugian baik bagi peternak maupun konsumen, karena konsumen merasa beban yang berat untuk membayar pada harga yang tinggi, sedangkan bagi peternak perolehan pendapatan menjadi lebih rendah karena harga penjualan yang diterima jauh lebih rendah.

Ketatnya kompetisi dalam bidang pemasaran telur ditandai dengan banyaknya bermunculan agen-agen telur yang menawarkan berbagai macam kerjasama dengan berbagai aneka keunggulan masing-masing. Hal ini membuat peternak semakin sulit dalam memilih dan menentukan agen telur yang baik. Peternak ayam layer memilih agen telur tersebut memiliki motivasi tersendiri yang dapat mempengaruhi proses peternak dalam memilih agen telur.

Kusumah (2008), menjelaskan dalam penelitiannya bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan berhubungan dengan perbedaan antara harapan dan kinerja yang diterima atau dirasakan oleh pelanggan. Berdasarkan pendapat Irawan (2003), kepuasan pelanggan adalah perasaan puas yang didapatkan oleh pelanggan karena mendapatkan *value* dari pemasok, produsen, atau penyedia jasa. *Value* ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem, atau sesuatu yang bersifat emosi.

Kepuasan peternak secara tidak langsung mencerminkan seberapa jauh agen telur telah merespon keinginan dan harapan peternak. Dalam jangka pendek seringkali tidak terlihat hubungan antara kepuasan peternak dengan profitabilitas. Kepuasan peternak merupakan strategi yang lebih bersifat defensif sehingga kemampuan untuk mempertahankan

peternak itulah yang pada akhirnya mempengaruhi profitabilitas dalam jangka panjang.

Tingkat kepuasan peternak akan menentukan keberlanjutan kerjasama usaha dengan agen telur. Peternak yang puas akan tetap bekerja sama dengan agen telur, sedangkan peternak mitra yang kurang atau tidak puas akan beralih ke agen telur lainnya. Apabila kondisi perpindahan peternak dari satu agen telur ke agen telur lainnya berlanjut secara terus menerus, maka dapat mengganggu proses pemasaran peternak maupun menimbulkan masalah terhadap agen telur.

Permasalahan yang telah peneliti uraikan diatas peneliti mengambil judul "Pengaruh penetapan harga dan kualitas pelayanan oleh agen telur UD. Enggal Jaya terhadap kepuasan peternak ayam layer di Kabupaten Kediri". Subjek dalam penelitian ini adalah peternak ayam layer di Kabupaten Kediri yang menjual telur ke agen telur UD. Enggal Jaya dan objek penelitiannya adalah UD. Enggal Jaya Desa Dawung Kecamatan. Ringinrejo Kabupaten Kediri.

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui Bagaimana pengaruh penetapan harga oleh agen telur UD. Enggal Jaya terhadap kepuasan peternak ayam layer
2. Mengetahui Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan oleh agen telur UD. Enggal Jaya terhadap kepuasan peternak ayam layer
3. Mengetahui Bagaimana pengaruh penetapan harga dan kualitas pelayanan oleh agen telur UD. Enggal Jaya terhadap kepuasan peternak ayam layer

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008) "harga (*price*) adalah jumlah semua nilai yang diberikan kepada konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa". Harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran/transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa (Agustina Shinta, 2011).

Menurut Nurbiyati dan Machfoedz (2005) harga ialah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. Penetapan harga dari suatu produk juga menjadi hal yang sangat penting. Penetapan harga dari suatu produk akan sangat mempengaruhi keberhasilan perusahaan untuk memperoleh keuntungan.

Menurut Hermawan (2012), penetapan harga dari suatu produk akan sangat dipengaruhi dari seberapa besar pengorbanan yang telah dilakukan maka akan semakin besar dan tinggi harga yang ditetapkan oleh produk itu. Harga sangat berhubungan dengan nilai dasar dari persepsi konsumen berdasarkan dari keseluruhan unsur bauran ritel dalam menciptakan suatu gambaran dan pengalaman bertransaksi (Utami, 2010).

Menurut Nurbiyati dan Machfoedz (2005) penetapan harga dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik faktor internal maupun faktor lingkungan eksternal. Faktor internal meliputi tujuan pemasaran strategi bauran pemasaran, biaya, perusahaan, dan model penetapan harga. Faktor eksternal meliputi sifat pasar dan permintaan, persaingan, dan elemen lingkungan yang lain.

Menurut Kotler (2002) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik.

Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler (2002), juga menyatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara

penyampaiannya saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut :

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001) kepuasan pelanggan adalah sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan dengan harapan pembeli, jika kinerja produk kurang dari yang diharapkan itu, pembelinya tidak puas. Menurut Nasution (2005) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai perbandingan antara kualitas dari barang atau jasa yang dirasakan dengan keinginan, kebutuhan, dan harapan pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat diambil hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

H1: Diduga ada pengaruh Penetapan Harga (X1) oleh agen telur UD. Enggal Jaya terhadap Kepuasan Peternak Ayam Layer

H2: Diduga ada Pengaruh Kualitas Pelayanan agen telur UD. Enggal Jaya (X2) terhadap Kepuasan Peternak Ayam Layer

H3: Diduga ada pengaruh penetapan harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) oleh agen telur UD. Enggal Jaya terhadap Kepuasan Peternak Ayam Layer.

### **Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian studi kasus pada peternak ayam layer yang menjual telurnya ke agen telur UD. Enggal Jaya yang berada di Desa Dawung Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri. Karena penelitian ini merupakan studi kasus, kesimpulan dari penelitian hanya berlaku pada subjek yang diteliti (Lerbin, 2007).

Supaya penelitian yang dilakukan oleh peneliti sesuai dengan tujuan yang diinginkan, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif dikarenakan penelitian ini didasarkan pada hasil perhitungan angka-

angka pengolahan statistik untuk dapat diambil kesimpulannya.

Menurut V. Wiratna Sujarweni (2015) "penelitian kuantitatif adalah "jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari pengukuran". Penelitian kuantitatif memusatkan perhatian pada karakteristik tertentu yang menghubungkan antar variabel-variabel dengan menggunakan teori yang objektif".

Alat untuk mengukur persepsi dari responden yang telah dikumpulkan digunakan Skala Likert (Sugiyono, 2004). Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala 1-5 untuk mewakili pendapat para responden.

Penelitian dilaksanakan pada bulan November-Mei tahun 2021-2022 dan lokasi yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian ini adalah peternak ayam layer di Kabupaten Kediri yang menjual telur ke agen telur UD. Enggal Jaya yang berada di Desa Dawung Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri.

Menurut Kotler dan Amstrong (2001) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. indikator-indikator harga ini adalah harga yang terjangkau, harga yang bersaing, sesuai dengan kualitas dan sesuai dengan manfaat.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya atau usaha pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2008). Indikator – indikator kualitas pelayanan adalah bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembeli ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word-of-mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 1994). Wikie (1990)

mendefinisikannya sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Indikator – indikator kepuasan konsumen adalah produk yang dikirim datang tepat waktu, kualitas pengiriman sesuai dengan harga, dan dapat dipercaya.

Metode analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif yang memberikan gambaran atau deskripsi suatu data penelitian yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum, dan minimum. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan mengenai variabel-variabel penelitian yaitu penetapan harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepuasan peternak ayam layer (Y). Hal ini dilakukan untuk melihat gambaran keseluruhan dari sampel yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian.

Hasil analisis data uji validitas variabel penetapan harga (X1) menunjukkan bahwa hasil pengujian instrumen penelitian (Kuisisioner) dengan masing-masing pertanyaan mendapatkan nilai *Pearson Correlation* > 0,3. Sehingga merujuk pada hasil dari uji validitas tersebut dihasilkan bahwa semua instrumen mulai (H1 0.916\*\*), (H2 0.539\*\*), (H3 0.742\*\*), (H4 0.779\*\*) semua menghasilkan nilai (*Pearson Correlation*) > 0,3 sehingga penelitian tersebut dapat dikatakan valid.

Hasil analisis data uji validitas variabel kualitas pelayanan (X2) menunjukkan bahwa hasil pengujian instrumen penelitian (Kuisisioner) dengan masing-masing pertanyaan mendapatkan nilai *Pearson Correlation* > 0,3. Sehingga merujuk pada hasil dari uji validitas tersebut dihasilkan bahwa semua instrumen mulai (P1 0.487\*\*), (P2 0.537\*\*), (P3 0.358\*\*), (P4 0.473\*\*), (P5 0.477\*\*), (P6 0.544\*\*), (P7 0.498\*\*), (P8 0.590\*\*) semua menghasilkan nilai *Pearson Correlation* > 0,3 sehingga penelitian tersebut dapat dikatakan valid.

Hasil analisis data uji validitas variabel kepuasan peternak (Y) menunjukkan bahwa hasil pengujian instrumen penelitian (Kuisisioner) dengan masing-masing pertanyaan mendapatkan

nilai *Pearson Correlation* > 0,3. Sehingga merujuk pada hasil dari uji validitas tersebut dihasilkan bahwa semua instrumen mulai (K1 0.425\*\*), (K2 0.425\*\*), (K3 0.717\*\*), (K4 0.478\*\*), (K5 0.468\*\*), (K6 0.709\*\*) semua menghasilkan nilai (*Pearson Correlation*) > 0,3 sehingga penelitian tersebut dapat dikatakan valid.

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama ( Sugiyono, 2012). Reliabilitas menyangkut masalah ketepatan alat ukur yang dapat dinilai dengan analisa statistik untuk mengetahui kesalahan ukur. Suatu instrumen dianggap reliabel apabila instrumen tersebut dapat dipercaya sebagai alat ukur data penelitian.

Menurut Priyatno (2013), Sebuah data dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,6. Untuk mengetahui data yang reliabel peneliti menggunakan aplikasi *SPSS for windows*. Hasil dari uji reliabilitas yaitu sebagai berikut :

**Tabel 1. Uji reliabilitas Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.741	18

(Sumber : Data Primer Diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 1. diketahui bahwa hasil dari nilai *cronbach's alpha* instrumen kuisisioner adalah 0,741 > 0,60 sehingga kuisisioner tersebut memiliki tingkat reliabilitas yang baik, atau dengan kata lain kuisisioner tersebut layak dipercaya sebagai alat ukur variabel.

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ( X1, X2, ..., Xn ) dengan variabel dependen ( Y ). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing – masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen  
a = Konstanta  
X1 = Produk  
X2 = Harga  
X3 = Kualitas pelayanan

### Hasil Dan Pembahasan Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini dapat dikategorikan ke dalam tiga klasifikasi yang meliputi :

**Gambar 3. Frekuensi jenis kelamin responden**



(Sumber : Data Primer Diolah, 2022)

**Tabel 2. Frekuensi usia responden**

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
17-25	1	2%
26-35	20	33%
36-45	25	42%
46-55	10	17%
Diatas 55	4	7%
Total	60	100%

(Sumber : Data Primer Diolah, 2022)

**Tabel 3. Frekuensi pekerjaan responden**

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (%)
Wiraswasta	58	96.7%
Pegawai Swasta	1	1.7%
Pelajar/Mahasiswa	0	0.0%
PNS	1	1.7%
Lainya	0	0.0%
Total	60	100%

(Sumber : Data Primer Diolah, 2022)

Hasil analisis statistik deskriptif variabel dalam penelitian yang meliputi penetapan harga, *kualitas pelayanan*, dan kepuasan peternak berada dalam kategori baik. Hasil deskripsi dari masing-masing variabel penelitian terdapat pada tabel .

**Tabel 4. Analisis deskriptif statistik variable**

Descriptive Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	kategori
Penetapan Harga	60	15.1	1.45788	baik
Kualitas Pelayanan	60	29.6167	1.9752	baik
Kualitas Pelayanan	60	29.6167	1.9752	baik

(Sumber : Data Primer Diolah, 2022)

#### Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat berbentuk linearitas (garis lurus) atau tidak. Uji linearitas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik (Ghozali, 2016). Penelitian ini menggunakan analisis compare means dan hasil uji linearitas dengan program *SPSS for windows*.

Berdasarkan hasil uji linearitas variabel penetapan harga ( $X_1$ ) dengan program *SPSS for windows* didapatkan nilai signifikansi pada bagian deviation from linearity sebesar  $0,522 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara penetapan harga dengan kepuasan peternak ayam layer.

Berdasarkan hasil uji linearitas variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dengan program *SPSS for windows* didapatkan nilai signifikansi pada bagian deviation from linearity sebesar  $0,141 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara kualitas pelayanan dengan kepuasan peternak ayam layer.

#### Analisis Data

#### Analisis Linier Berganda

Pada penelitian ini digunakan uji analisis berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas *penetapan harga* ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Hasil uji analisis linier berganda yaitu sebagai berikut :

Berdasarkan tabel 42. maka dapat ditulis persamaan regresi sebagai berikut :

$Y = 1.857 + (-0.010X_1) + 0,571X_2 + e$   
Persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 1,857. Hal ini berarti jika variabel penetapan harga dan kualitas pelayanan bernilai nol (tidak berpengaruh sama sekali), maka besarnya kepuasan peternak adalah sebesar 1,857.
2. Koefisien regresi (b) variabel penetapan harga ( $X_1$ ) sebesar -0,10 hal ini berarti jika variabel penetapan harga ( $X_1$ ) berubah sebesar satu satuan maka variabel kepuasan peternak ( $Y$ ) akan mengalami penurunan (karena bertanda negatif) sebesar -0,10 satuan dengan asumsi bahwa variabel yang lain konstan.
3. Koefisien regresi pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 0,571 hal ini berarti jika variabel harga ( $X_2$ ) berubah sebesar satu satuan maka variabel kepuasan peternak ( $Y$ ) akan mengalami kenaikan (karena bertanda positif) sebesar 0,571 satuan dengan asumsi bahwa variabel yang lain konstan.

#### Uji F

Pada uji hipotesis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas penetapan harga ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel tidak bebas yaitu kepuasan peternak ( $Y$ ).  $F_{hitung}$  perhitungan dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  dengan menggunakan tingkat resiko 5% atau 0,05 dengan dk pembilang = k (2) dan dk penyebut = n-k-1 ( $60-2-1 = 57$ ).

**Tabel 4. Hasil uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.150	2	.575	7.946	.001 <sup>b</sup>
	Residual	4.126	57	.072		
	Total	5.277	59			

a. Dependent Variable: KEPUASAN (Y)

b. Predictors: (Constant), PELAYANAN (X2), PENETAPAN HARGA (X1)

(Sumber : Data Primer Diolah, 2022)

Berdasarkan data tabel 4. dapat dilihat hasil pengujian tersebut ditemukan  $F_{hitung}$  sebagai berikut :

$F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  yaitu dengan  $7,946 > 3,156$  dengan sig. = 0,001 oleh karena itu nilai sig kurang dari  $<0,05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima yang artinya variabel penetapan harga dan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan peternak ayam layer kab. Kediri yang menjual ke agen telur UD. Enggal jaya.

**Uji t**

**Tabel 5. Hasil uji t**

No	Variabel	T	Sig.
1	Penetapan harga	-0,101	0,920
2	Pelayanan	3.777	0,000

(Sumber : data primer diolah, 2022)

Berdasarkan data tabel 5. dapat dijelaskan secara parsial pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

1. Uji t variabel penetapan harga ( $X_1$ )

Hasil perhitungan  $-0,101 < 2,00247$  dengan nilai sig.  $0,920 > 0,05$  maka  $H_1$  ditolak yang artinya variabel penetapan harga ( $X_1$ ) tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan peternak ayam layer (Y).

2. Uji t variabel pelayanan ( $X_2$ )

Hasil perhitungan  $3.777 > 2,00247$  dengan nilai sig.  $0,000 < 0,05$  maka  $H_2$  diterima, yang artinya variabel harga ( $X_2$ ) terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan peternak ayam layer (Y).

**Uji Koefisien Determinasi Parsial ( $r^2$ )**

**Tabel 6. Hasil uji koefisien determinasi parsial ( $r^2$ )**

Model	Coefficients <sup>a</sup>			
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Correlations
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	1.857	0.561		
1 Penetapan Harga	-0.01	0.102	-0.013	0.013
Kualitas Pelayanan	0.571	0.151	0.471	0.447

a. Dependent Variable: KEPUASAN

(Sumber : Data Primer Diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 6. dapat diketahui

kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien determinasi parsial untuk variabel penetapan harga ( $X_1$ ) sebesar  $-0,013$ . Nilai tersebut kemudian dikuadratkan dan dipresentasikan menjadi  $(-0,013)^2 \times 100\% = 0.0169\%$ , sehingga secara parsial penetapan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan peternak ayam layer sebesar  $0.0169\%$  dan sisanya  $99.9831\%$  dipengaruhi oleh variabel lain.
2. Nilai koefisien determinasi parsial untuk variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sebesar  $0,447$ . Nilai tersebut kemudian dikuadratkan dan dipresentasikan menjadi  $(0,447)^2 \times 100\% = 19.9809\%$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa Personal Characteristic memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan sebesar  $19.9809\%$  dan sisanya  $80.0191\%$  dipengaruhi oleh variabel lain.

**Uji Koefisien Determinasi Simultan ( $R^2$ )**

Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel tidak bebas yang disebabkan oleh variabel bebas. Hasil dari uji koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 7. Hasil uji koefisien determinasi model summary**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.467 <sup>a</sup>	.218	.191	.26906

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN ( $X_2$ ), PENETAPAN HARGA ( $X_1$ )

(Sumber : Data Primer Diolah, 2022)

Berdasarkan tabel 7. menunjukkan nilai  $r = 0,467$  yang artinya koefisien korelasi atau hubungan antara variabel independen yang terdiri dari penetapan harga ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen kepuasan peternak ayam layer (Y). Nilai  $r$  square menunjukkan  $0,218$  yang berarti bahwa pengaruh variabel independen penetapan harga ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen kepuasan peternak ayam layer (Y) adalah  $21,8\%$

sedangkan 78,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

### **Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Peternak Ayam Layer Di Kabupaten Kediri Yang Menjual Telur Ke Agen Telur UD. Enggal Jaya**

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah peran penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peternak ayam layer di kabupaten Kediri yang menjual telur ke UD. Enggal Jaya. Berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa H1 ditolak. Pengujian hipotesis ditolak karena hasil uji signifikansi parsial (uji t) variabel penetapan harga terhadap kepuasan peternak ayam layer mempunyai nilai signifikansi sebesar  $0,920 > 0,05$ , namun nilai t hitung sebesar  $-0,101$  atau bernilai negatif. Koefisien parsial bernilai negatif artinya tidak ada arah hubungan yang positif antara hubungan Penetapan harga terhadap Kepuasan peternak ayam layer sebesar 0.0169%. Hipotesis ditolak diartikan bahwa tidak ada pengaruh terhadap Kepuasan peternak ayam layer ketika peran penetapan harga semakin meningkat.

Hasil penelitian yang sudah dilakukan mendapatkan bahwa penetapan harga tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan peternak ayam layer yang artinya apabila harga semakin ditingkatkan maka tidak akan meningkatkan kepuasan peternak. Hasil penelitian ini juga tidak mendukung hasil penelitian dari Maulana (2016) yang menyatakan penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Kemajuan teknologi informasi menjadikan para peternak ayam layer sangatlah mudah mendapatkan informasi tentang harga telur terkini. Sehingga jika penetapan harga telur oleh agen telur UD. Enggal Jaya tidak sesuai informasi yang didapat oleh peternak ayam layer maka peternak akan kecewa dan akan melakukan komplain. Jika hal ini sering terjadi bisa jadi peternak akan pindah ke agen telur lainnya yang dirasa peternak bisa memenuhi harapannya.

Penetapan harga tidak berpengaruh secara positif hal ini karena

UD. Enggal Jaya dalam menetapkan harga sangatlah berhati-hati dan dipertimbangkan dengan bijak karena dalam usaha agen telur sekarang ini sudah banyak pesaing. Selain itu para peternak ayam layer dalam menjual telur mayoritas tidak cuma satu tempat bisa 2-3 tempat agen telur sehingga agen telur lain dalam menetapkan harga juga sangat hati-hati sehingga harga telur antar agen telur relatif sama.

Hasil analisis statistik deskriptif penetapan harga agen telur UD. Enggal Jaya di kabupaten Kediri menunjukkan bahwa nilai rata-rata termasuk dalam kategori baik yaitu mencapai angka 35%. Hal ini menerangkan bahwa penetapan harga agen telur UD. Enggal Jaya di kabupaten Kediri dianggap memiliki kemampuan menerapkan penetapan harga sesuai dengan harga pasaran dan bersaing dengan agen telur lainnya.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Safrizal (2015) dan Darmanah (2018) yang menyatakan bahwa penetapan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berbeda dengan penelitian ini yang memperoleh hasil penetapan harga tidak berpengaruh positif atau signifikan terhadap kepuasan peternak ayam layer. Hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga belum tentu meningkatkan kepuasan peternak ayam layer hal ini tergantung faktor-faktor dan kondisi yang mempengaruhi penetapan harga.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peternak Ayam Layer Di Kabupaten Kediri Yang Menjual Telur Ke Agen Telur UD. Enggal Jaya**

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah peran kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peternak ayam layer di kabupaten Kediri yang menjual telur ke UD. Enggal Jaya. Berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa H2 diterima. Pengujian hipotesis ditolak karena hasil uji signifikansi parsial (uji t) variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan peternak ayam layer mempunyai nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , namun nilai t hitung sebesar 3.777 atau bernilai positif.

Koefisien parsial bernilai positif artinya terdapat arah hubungan yang positif antara hubungan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan peternak ayam layer sebesar 21.9957%. Hipotesis diterima diartikan bahwa terdapat pengaruh terhadap Kepuasan peternak ayam layer ketika peran kualitas pelayanan semakin ditingkatkan.

Hasil penelitian yang sudah dilakukan mendapatkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan peternak ayam layer yang artinya apabila kualitas pelayanan semakin ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan peternak ayam layer. Hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian dari Maulana (2016) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal ini terjadi karena agen telur memberikan kualitas pelayanan dengan maksimal. Hal ini mendukung definisi dari pelayanan menurut Sugiarto (2002) yaitu upaya yang maksimal yang diberikan oleh petugas pelayanan dari sebuah perusahaan industry untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan sehingga tercapai kepuasan.

Hasil analisis statistik deskriptif kualitas pelayanan yang diberikan agen telur UD. Enggal Jaya di kabupaten Kediri menunjukkan bahwa nilai rata-rata termasuk dalam kategori baik yaitu mencapai angka 75%. Hal ini menerangkan bahwa kualitas pelayanan agen telur UD. Enggal Jaya di kabupaten Kediri dianggap memberikan kualitas pelayanan yang baik dan memenuhi harapan dan kebutuhan peternak ayam layer.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Safrizal (2015) dan Darmanah (2018) yang menyebutkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan semakin meningkatkan kualitas pelayanan oleh agen telur UD. Enggal Jaya berpengaruh positif atau signifikan terhadap kepuasan peternak ayam layer.

Maulana (2016), menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan persepsi pelanggan atas kinerja produk atau jasa pelayanan, bila produk tersebut

sesuai dengan harapannya, maka pelanggan akan merasa puas dan bila ternyata tidak sesuai dengan harapannya, maka pelanggan akan merasa tidak puas sehingga akan meninggalkan produk tersebut dan beralih ke produk lain. Dari hasil penelitian ini terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan, semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Sebaliknya, semakin rendah kualitas pelayanan, semakin rendah pula kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peternak Ayam Layer Di Kabupaten Kediri Yang Menjual Telur Ke Agen Telur UD. Enggal Jaya**

Berdasarkan analisis data yang dilakukan menggunakan *SPSS For Windows* hasil dari uji  $f$  bahwa nilai signifikansi pada penelitian ini 0,001 dengan begitu sesuai dengan teori bahwa jika  $\text{Sig.} < 0,05$  dan nilai  $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$  yaitu  $7946 > 3,156$  maka kedua variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat kepuasan peternak ayam layer yang menjual telur ke agen telur UD. Enggal Jaya Desa Dawung Kec. Ringinrejo Kab. Kediri. Dengan begitu hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penetapan harga dan kualitas pelayanan secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan peternak ayam layer.

Hasil penelitian yang sudah dilakukan mendapatkan bahwa penetapan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan peternak ayam layer yang artinya apabila penetapan harga dan kualitas pelayanan semakin ditingkatkan secara bersama sama maka akan meningkatkan kepuasan peternak ayam layer. Hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian dari Maulana (2016) yang menyatakan penetapan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Hal ini terjadi karena agen telur memberikan penetapan harga dan kualitas pelayanan dengan maksimal.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Safrizal (2015), Sunanto (2005) dan Darmanah (2018) yang menyebutkan bahwa

penetapan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan semakin meningkatkan penetapan harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama oleh agen telur UD. Enggal Jaya berpengaruh positif terhadap kepuasan peternak ayam layer. Maulana (2016), menjelaskan bahwa seseorang atau pelanggan akan memilih kinerja produk mana yang lebih efektif, efisien dan cocok dengan kebutuhannya serta sesuai nilai suatu harga atau biaya, bila kinerja tersebut efektif, efisien dan cocok dengan harapannya, berarti pelanggan akan merasa puas dan akan membuat perhitungan pengeluaran biaya untuk pengadaan produk atau jasa tersebut.

### Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel penetapan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan peternak ayam layer di kabupaten kediri yang menjual telur ke agen telur UD. Enggal jaya Desa Dawung Kec. Ringinrejo Kab. Kediri. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Penetapan harga tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan peternak ayam layer di kabupaten kediri yang menjual telur ke agen telur UD. Enggal jaya
2. Pelayanan memiliki berpengaruh positif terhadap kepuasan peternak ayam layer di kabupaten kediri yang menjual telur ke agen telur UD. Enggal jaya
3. Penetapan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif secara simultan terhadap kepuasan peternak ayam layer di kabupaten kediri yang menjual telur ke agen telur UD. Enggal jaya

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Saran bagi perusahaan
  - 1) Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa penetapan harga tidak berpengaruh positif terhadap

kepuasan peternak ayam layer secara parsial untuk itu agen telur UD. Enggal jaya Desa Dawung Kec. Ringinrejo Kab. Kediri agar selalu memberikan pengalaman yang positif kepada peternak ayam layer seperti memberikan penetapan harga yang terbaik, sesuai harga pasar, sesuai kualitas dan kuantitas telur, memuaskan peternak ayam layer maka peternak ayam layer akan berminat untuk melakukan suatu penjualan kembali ke agen telur UD. Enggal jaya.

- 2) Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan peternak ayam layer secara parsial untuk itu agen telur UD. Enggal jaya Desa Dawung Kec. Ringinrejo Kab. Kediri agar tetap mempertahankan kualitas pelayanan yang terbaik, sesuai dengan manfaat, kualitas, dan sesuai dengan kebutuhan peternak ayam layer.

### 2. Saran bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini, peneliti selanjutnya diharapkan mampu menghadirkan variabel yang lebih bervariasi yang mempengaruhi kepuasan peternak ayam layer, serta dapat menambah jumlah responden dari wilayah lainnya sehingga tidak hanya dapat dilakukan uji pengaruh, tetapi juga dapat dilakukan uji beda terkait kepuasan peternak ayam layer dari berbagai wilayah.

### Daftar Pustaka

- Darmanah. 2018. Analisis pengaruh penetapan harga, saluran distribusi terhadap kepuasan konsumen pada Alfamart Sidodadi Belitang Oku Timur. STIE Trisna Negara. Sumatera Selatan
- Duwi Priyatno. 2013. Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS. Mediakom.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Kotler, P dan A. Gary. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 8. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran (Jilid 1) Edisi Milenium*. Jakarta: Prehallindo.
- Kusuma, B. (2008). "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Masyarakat Di Indonesia (Tahun 1988-2005)". Yogyakarta : FE Universitas Islam Indonesia
- Lerbin R Aritonang (2007). *Riset Pemasaran Teori & Praktik*. Anggota IKAPI : GHALIA INDONESIA
- Maulana, A. S. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI*. Jakarta.
- Nasution, M.N. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurbiyati, T dan Machfoedz, M. (2005). *Manajemen Pemasaran Kontemporer*.
- Pinto, R. M., Hapsari. T. D. dan Hartadi, R 2016. *Kajian Pemasaran Telur Ayam Ras dan Prospek Pengembangannya di Perusahaan Gracia Fram Timor Leste*. Jurnal Ilmiah. Universitas Jember
- Safrizal. 2015. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Penyet Pak Ulis di Kota Langsa*. Fakultas Ekonomi Universitas Samudra. Aceh
- Sediaoetama. 2006. *Ilmu Gizi*. Jilid 1. Cetakan Keenam. Dian Rakyat ; Jakarta.
- Sugiyono 2010. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Cv. Alfabeta. Bandung.
- Shinta, A. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Malang : UB Press.
- Sugiarto. 2002. *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunanto. 2005. *Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Apotik Sunfarma Tangerang Selatan*. Tangerang.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran (Jilid 3)*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Utami, C.W. (2010). *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wilkie, W.L (1990), "Consumer Behavior", 2nded., John Wiley & Sons. New York Yogyakarta: Kayon.