



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 25728-25737

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Dampak Kualitas Layanan, Harga, dan Kecepatan Produksi terhadap Kepuasan Pelanggan di Harvest Digital Printing Surabaya

Fikky Ardianta Hariputra, Rizco Turino Ambadar, Kevin Liemiantoro, Rahmat Parmohonan S, Revangga A.S,  
Nindya Kartika Kusmayati

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Mahardhika Surabaya

[pikkypixs@gmail.com](mailto:pikkypixs@gmail.com), [rizco.turino@gmail.com](mailto:rizco.turino@gmail.com), [kevinliem815@gmail.com](mailto:kevinliem815@gmail.com), [rahmatsiregarpahu@gmail.com](mailto:rahmatsiregarpahu@gmail.com),  
[revanggaaleandro@gmail.com](mailto:revanggaaleandro@gmail.com).

### Abstrak

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak kualitas layanan, harga, dan kecepatan produksi terhadap kepuasan pelanggan pada Harvest Digital Printing Surabaya. Persaingan usaha percetakan digital yang semakin ketat menuntut perusahaan memahami faktor yang paling menentukan pengalaman dan kepuasan pelanggan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada pelanggan yang dipilih menggunakan teknik accidental sampling, kemudian dianalisis dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji parsial, uji simultan, dan koefisien determinasi menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas layanan, harga, dan kecepatan produksi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai  $F$  hitung sebesar 135,527 dan tingkat signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,851 menunjukkan bahwa 85,1% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan 14,9% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Secara parsial, hanya kecepatan produksi yang berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi 0,000 serta koefisien regresi terbesar sebesar 0,984. Sementara itu, kualitas layanan dan harga tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan, bahkan harga memiliki arah hubungan negatif. Temuan ini menegaskan bahwa ketepatan dan efisiensi waktu penyelesaian pesanan merupakan prioritas utama pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan pengelolaan alur produksi, kesiapan mesin dan bahan, serta konsistensi waktu pengerjaan untuk memperkuat kepuasan dan loyalitas pelanggan.*

*Kata kunci: Kualitas Layanan, Harga, Kecepatan Produksi, Kepuasan Pelanggan*

### 1. Latar Belakang

Perkembangan industri jasa percetakan digital di Indonesia, khususnya di kota Surabaya, mengalami pertumbuhan yang cukup pesat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap media promosi, kebutuhan bisnis, serta keperluan personal seperti undangan, banner, dan produk cetak lainnya. Kondisi ini mendorong munculnya banyak pelaku usaha digital printing, sehingga tingkat persaingan menjadi semakin ketat. Dalam situasi tersebut, perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan kompetitif agar tetap bertahan dan memenangkan persaingan pasar.

Salah satu faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha jasa adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan mencerminkan sejauh mana harapan konsumen terpenuhi setelah menggunakan suatu produk atau jasa. Pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang, memberikan rekomendasi kepada orang lain, serta memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan. Sebaliknya, pelanggan yang tidak puas berpotensi beralih ke pesaing yang menawarkan layanan yang lebih baik. Dalam konteks usaha digital printing, terdapat beberapa faktor yang diduga memengaruhi kepuasan pelanggan, di antaranya kualitas layanan, harga, dan kecepatan produksi (Varadina, 2023). Kualitas layanan berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang ramah, responsif, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Harga menjadi pertimbangan penting karena pelanggan cenderung membandingkan biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diperoleh (Setiawan & Frianto, 2021). Sementara itu, kecepatan produksi menjadi faktor krusial karena banyak pelanggan membutuhkan hasil cetak dalam waktu yang cepat dan tepat waktu, terutama untuk kebutuhan yang bersifat mendesak.

---

Dampak Kualitas Layanan, Harga, dan Kecepatan Produksi terhadap Kepuasan Pelanggan di Harvest Digital Printing Surabaya

Meskipun berbagai penelitian menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dalam praktiknya tidak semua faktor memiliki tingkat pengaruh yang sama. Terdapat kemungkinan bahwa salah satu faktor menjadi lebih dominan dibandingkan faktor lainnya, tergantung pada karakteristik industri dan kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui faktor mana yang paling berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada usaha digital printing. Harvest Digital Printing Surabaya sebagai salah satu penyedia jasa percetakan menghadapi tantangan yang sama dalam menjaga kepuasan pelanggan di tengah persaingan yang ketat. Perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang paling menentukan kepuasan pelanggan agar dapat menyusun strategi yang tepat dalam meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan loyalitas konsumen.

### **Landasan Teori**

Keberlangsungan usaha, terutama pada bidang jasa percetakan, sangat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang, merekomendasikan jasa kepada orang lain, serta memiliki loyalitas terhadap perusahaan. Sebaliknya, pelanggan yang tidak puas berpotensi beralih ke pesaing. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapannya. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan. Kualitas layanan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan melalui sikap ramah, tanggap, cepat, dan tepat. Dalam usaha digital printing, kualitas layanan dapat dilihat dari keramahan karyawan, kemampuan memberikan solusi, ketepatan pelayanan, serta respon terhadap pesanan pelanggan. Penelitian (Alfath, Z. S., & Kumara, 2026) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa percetakan pada CV Rahuma Cahaya Jaya Digital Printing. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang baik akan mendorong pelanggan untuk menggunakan jasa perusahaan.

Selain kualitas layanan, harga juga menjadi pertimbangan utama pelanggan dalam memilih jasa digital printing. Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh manfaat dari jasa yang digunakan. Dalam persaingan usaha percetakan, pelanggan cenderung membandingkan harga antarpenyedia jasa sebelum melakukan transaksi. Harga yang sesuai dengan kualitas hasil cetak dan pelayanan yang diterima akan memberikan kepuasan bagi pelanggan. Penelitian mengenai digital printing menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas produk yang diterima, sehingga berkontribusi terhadap kepuasan konsumen.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah kecepatan produksi. Dalam bisnis percetakan, pelanggan sering membutuhkan hasil cetak dalam waktu singkat untuk kebutuhan promosi, acara, maupun kebutuhan mendesak lainnya. Oleh karena itu, perusahaan dituntut mampu menyelesaikan pesanan secara cepat dan tepat waktu. Kecepatan produksi dapat diukur melalui lamanya proses pengerjaan, ketepatan waktu penyelesaian, dan kemampuan memenuhi target pesanan. Penelitian (Irfana, 2025) menyatakan bahwa kecepatan proses produksi digital printing menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen. Mayoritas pelanggan merasa puas terhadap kecepatan layanan yang diberikan.

Perkembangan teknologi juga mendorong perubahan pelayanan dari sistem konvensional menjadi digital. Saat ini banyak pelanggan melakukan pemesanan melalui WhatsApp, Instagram, marketplace, maupun media sosial lainnya. Oleh karena itu, kecepatan respon dan kemudahan komunikasi menjadi bagian dari kualitas layanan modern. Penelitian (Salome et al., 2022) menjelaskan bahwa e-service quality dipengaruhi oleh beberapa dimensi penting seperti reliability, security, fulfilment, ease of use, dan responsiveness. Dimensi tersebut berperan dalam meningkatkan pengalaman pelanggan dan kepuasan konsumen pada layanan digital.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Pada perusahaan jasa, pelanggan tidak hanya menilai hasil akhir, tetapi juga proses pelayanan yang diberikan (Varadina, 2023). Semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan, maka semakin besar kemungkinan pelanggan merasa puas, melakukan pembelian ulang, dan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain.

Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan secara konsisten. Jika pelayanan yang diterima melebihi harapan, pelanggan akan menilai pelayanan sangat baik (Varadina, 2023). Sebaliknya, jika pelayanan berada di bawah harapan, maka kualitas pelayanan dianggap rendah.

Dalam usaha digital printing, kualitas pelayanan dapat dilihat dari keramahan karyawan, kejelasan informasi produk, kecepatan merespons pesanan, ketepatan waktu pelayanan, dan kemampuan menangani keluhan. Menurut konsep SERVQUAL, kualitas pelayanan diukur melalui bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Pada Harvest Digital Printing Surabaya, kualitas pelayanan penting karena pelanggan membutuhkan hasil cetak yang baik disertai pelayanan cepat, ramah, dan tepat. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.

### **Harga**

Harga merupakan salah satu faktor penting yang menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih produk atau jasa. Dalam kegiatan bisnis, harga tidak hanya dipandang sebagai sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan, tetapi juga sebagai nilai yang ditukar untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau layanan (Prasetio, 2024). Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat menjadi strategi penting bagi perusahaan.

Dalam jasa digital printing, pelanggan cenderung membandingkan harga antarpenyedia jasa sebelum melakukan transaksi. Pelanggan biasanya mempertimbangkan apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas hasil cetak, kecepatan pengerjaan, dan pelayanan yang diberikan (Azmy, 2024). Jika harga dianggap terlalu tinggi, pelanggan dapat beralih ke pesaing.

Harga juga berkaitan dengan persepsi nilai pelanggan. Semakin besar manfaat yang dirasakan dibanding biaya yang dibayar, maka pelanggan akan menilai harga tersebut layak (Bali, 2022). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha percetakan (Firmansyah, 2023). Indikator harga dalam penelitian ini meliputi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, serta kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima pelanggan (Ashary et al., 2023). Dengan demikian, harga yang tepat akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

### **Kecepatan Produksi**

Kecepatan produksi merupakan faktor penting dalam usaha jasa percetakan, khususnya digital printing, karena pelanggan umumnya menginginkan hasil pekerjaan yang cepat, tepat, dan sesuai kebutuhan (Ashary et al., 2023). Semakin cepat proses produksi dilakukan, maka semakin besar kemungkinan pelanggan merasa puas.

Kecepatan produksi adalah kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan pesanan mulai dari penerimaan order, proses desain, pencetakan, hingga penyerahan hasil kepada pelanggan secara efisien. Dalam usaha digital printing, banyak pelanggan membutuhkan hasil cetak untuk keperluan mendesak seperti promosi usaha, seminar, acara kampus, banner, dan brosur (Wulandari, 2022).

Kecepatan produksi juga berkaitan dengan efisiensi operasional perusahaan. Pengelolaan tenaga kerja, penggunaan mesin, ketersediaan bahan baku, serta sistem kerja yang baik akan mempercepat proses produksi. Penelitian (Ashary et al., 2023) menjelaskan bahwa efisiensi operasional dan ketepatan waktu proses produksi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Indikator kecepatan produksi meliputi kecepatan pengerjaan pesanan, ketepatan waktu penyelesaian, kemampuan menangani pesanan mendadak, dan kelancaran proses produksi. Dengan demikian, semakin tinggi kecepatan produksi, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama yang ingin dicapai setiap perusahaan, baik yang bergerak di bidang manufaktur maupun jasa (Santika, 2023). Kepuasan pelanggan menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan perusahaan memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah pelanggan membandingkan harapan sebelum membeli dengan kinerja produk atau jasa yang diterima (Mayana et al., 2026). Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Sebaliknya, jika di bawah harapan, pelanggan akan kecewa.

Dalam usaha digital printing, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh hasil cetak yang sesuai pesanan, harga terjangkau, pelayanan ramah, dan proses pengerjaan cepat. Pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan jasa kepada orang lain (Fitria et al., 2024).

Indikator kepuasan pelanggan dalam penelitian ini meliputi kesesuaian harapan, kepuasan terhadap kualitas hasil cetak, kepuasan terhadap harga, keinginan membeli ulang, serta kesediaan merekomendasikan jasa kepada orang lain. Dengan demikian, kepuasan pelanggan menjadi variabel dependen yang penting dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan, harga, dan kecepatan produksi merupakan faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan, semakin sesuai harga yang ditawarkan, serta semakin cepat proses produksi dilakukan, maka tingkat kepuasan pelanggan pada Harvest Digital Printing Surabaya akan semakin meningkat.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2023), metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan teknik pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian serta analisis data bersifat statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2023:15). Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan menguji pengaruh kualitas layanan, harga, dan kecepatan produksi terhadap kepuasan pelanggan secara objektif melalui data numerik.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif kausal. Sugiyono (2023) menjelaskan bahwa penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, sedangkan hubungan kausal digunakan untuk mengetahui pengaruh sebab akibat antarvariabel (Sugiyono, 2023:65). Dalam penelitian ini, hubungan kausal digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, harga, dan kecepatan produksi terhadap kepuasan pelanggan pada Harvest Digital Printing Surabaya.

Lokasi penelitian dilaksanakan pada Harvest Digital Printing Surabaya yang bergerak di bidang jasa percetakan dan digital printing. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada kesesuaian objek usaha dengan variabel yang diteliti, yaitu kualitas layanan, harga, kecepatan produksi, dan kepuasan pelanggan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Harvest Digital Printing Surabaya yang pernah menggunakan jasa perusahaan. Menurut Sugiyono (2023), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2023:126).

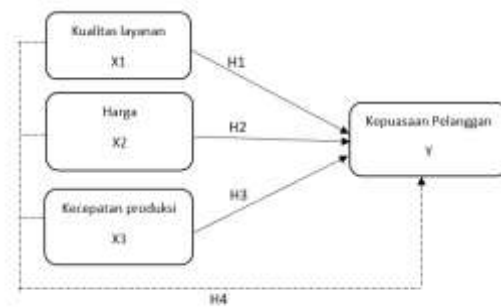
Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan metode accidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, dimana siapa saja pelanggan yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan sesuai kriteria dapat dijadikan responden. Sugiyono (2023) menjelaskan bahwa non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2023:126). Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 76 responden.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Menurut Sugiyono (2023), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2023:199). Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala Likert 1 sampai 5, mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari kualitas layanan (X1), harga (X2), dan kecepatan produksi (X3), sedangkan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). Analisis data dilakukan menggunakan program SPSS melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Menurut Sugiyono (2023), analisis regresi linier berganda digunakan apabila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen apabila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi naik turun nilainya (Sugiyono, 2023:298). Oleh karena itu, analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar dampak kualitas layanan, harga, dan kecepatan produksi terhadap kepuasan pelanggan pada Harvest Digital Printing Surabaya.

## Kerangka konseptual



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual

## Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, landasan teori, dan kerangka konseptual, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: dimana X1 yaitu kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y yaitu kepuasan pelanggan pada Harvest Digital Printing.

H2: dimana X2 yaitu harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y yaitu kepuasan pelanggan pada Harvest Digital Printing.

H3: dimana X3 yaitu kecepatan produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y yaitu kepuasan pelanggan pada Harvest Digital Printing.

H4: dimana X1, X2, dan X3 secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y yaitu kepuasan pelanggan pada Harvest Digital Printing.

## 3. Hasil dan Diskusi

Tabel 3.1. Uji Validitas

| Indikator        | Item | r Tabel | r hitung | Keterangan |
|------------------|------|---------|----------|------------|
| Kualitas Layanan | X1.1 | 0,2242  | 0,800    | VALID      |
|                  | X1.2 | 0,2242  | 0,795    | VALID      |
|                  | X1.3 | 0,2242  | 0,831    | VALID      |
|                  | X1.4 | 0,2242  | 0,746    | VALID      |
|                  | X1.5 | 0,2242  | 0,852    | VALID      |
|                  | X1.6 | 0,2242  | 0,855    | VALID      |
|                  | X1.7 | 0,2242  | 0,832    | VALID      |
|                  | X1.8 | 0,2242  | 0,773    | VALID      |
| Harga            | X2.1 | 0,2242  | 0,826    | VALID      |
|                  | X2.2 | 0,2242  | 0,753    | VALID      |
|                  | X2.3 | 0,2242  | 0,766    | VALID      |
|                  | X2.4 | 0,2242  | 0,756    | VALID      |
|                  | X2.5 | 0,2242  | 0,766    | VALID      |
|                  | X2.6 | 0,2242  | 0,795    | VALID      |

| Indikator          | Item | r Tabel | r hitung | Keterangan |
|--------------------|------|---------|----------|------------|
|                    | X2.7 | 0,2242  | 0,852    | VALID      |
|                    | X2.8 | 0,2242  | 0,787    | VALID      |
| Kecepatan Produksi | X3.1 | 0,2242  | 0,781    | VALID      |
|                    | X3.2 | 0,2242  | 0,741    | VALID      |
|                    | X3.3 | 0,2242  | 0,780    | VALID      |
|                    | X3.4 | 0,2242  | 0,867    | VALID      |
|                    | X3.5 | 0,2242  | 0,815    | VALID      |
|                    | X3.6 | 0,2242  | 0,844    | VALID      |
|                    | X3.7 | 0,2242  | 0,798    | VALID      |
|                    | X3.8 | 0,2242  | 0,828    | VALID      |
| Kepuasan Pelanggan | Y.1  | 0,2242  | 0,817    | VALID      |
|                    | Y.2  | 0,2242  | 0,884    | VALID      |
|                    | Y.3  | 0,2242  | 0,836    | VALID      |
|                    | Y.4  | 0,2242  | 0,817    | VALID      |
|                    | Y.5  | 0,2242  | 0,850    | VALID      |
|                    | Y.6  | 0,2242  | 0,802    | VALID      |
|                    | Y.7  | 0,2242  | 0,863    | VALID      |
|                    | Y.8  | 0,2242  | 0,833    | VALID      |

Dasar Pengambilan Keputusan Penentuan validitas setiap butir pernyataan dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi person (r hitung) dengan nilai r tabel. Penelitian ini menggunakan nilai signifikansi 5% dengan nilai r tabel sebesar 0,2242. Suatu indikator dinyatakan valid apabila nilai r hitung > 0,2242.

Analisis Variabel Kualitas Layanan (X1) Variabel Kualitas Layanan diukur melalui 8 butir pernyataan (X1.1 sampai X1.8). Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai r hitung terendah berada pada item X1.4 sebesar 0,746 dan nilai tertinggi pada item X1.6 sebesar 0,855. Karena seluruh nilai r hitung pada variabel ini lebih besar dari 0,2242, maka seluruh item pernyataan untuk variabel Kualitas Layanan dinyatakan Valid.

Analisis Variabel Harga (X2) Variabel Harga diukur melalui 8 butir pernyataan (X2.1 sampai X2.8). Berdasarkan hasil tabel, nilai r hitung berkisar antara 0,753 (pada item X2.2) hingga 0,852 (pada item X2.7). Seluruh indikator ini memiliki nilai yang melampaui ambang batas r tabel (0,2242), sehingga seluruh item pada variabel Harga dinyatakan Valid.

Analisis Variabel Kecepatan Produksi (X3) Variabel Kecepatan Produksi diukur melalui 8 butir pernyataan (X3.1 sampai X3.8). Nilai r hitung untuk variabel ini menunjukkan hasil yang konsisten, dengan nilai terendah sebesar 0,741 pada item X3.2 dan nilai tertinggi sebesar 0,867 pada item X3.4. Seluruh butir pernyataan ini dinyatakan Valid karena memenuhi kriteria r hitung > 0,2242.

Analisis Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) Variabel dependen Kepuasan Pelanggan diukur melalui 8 butir pernyataan (Y.1 sampai Y.8). Hasil analisis menunjukkan performa validitas yang sangat baik dengan nilai r hitung di atas 0,800 untuk hampir seluruh item (kecuali Y.7 yang sedikit di bawah namun tetap tinggi). Nilai tertinggi dicapai oleh item Y.2 sebesar 0,884. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan variabel Y dinyatakan Valid.

Dari total 32 item pernyataan yang diuji (mencakup variabel X1, X2, X3, dan Y), secara keseluruhan menunjukkan nilai r hitung > 0,2242. Hal ini membuktikan bahwa seluruh instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat ketepatan yang tinggi dalam mengukur variabel yang diteliti, sehingga data hasil kuesioner tersebut dapat dipercaya dan layak untuk digunakan pada analisis statistik selanjutnya.

## Uji reliabilitas

### Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan bahwa instrumen penelitian atau kuesioner yang digunakan memiliki konsistensi internal yang baik sehingga dapat diandalkan untuk penelitian. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS, nilai *Cronbach's Alpha* untuk masing-masing variabel penelitian ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 3.2. Tabel Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel                | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|-------------------------|------------------|------------|
| Kualitas Layanan (X1)   | 0,927            | Reliabel   |
| Harga (X2)              | 0,797            | Reliabel   |
| Kecepatan Produksi (X3) | 0,805            | Reliabel   |
| Kepuasan Pelanggan (Y)  | 0,919            | Reliabel   |

Semua variabel penelitian yang terdiri dari Kualitas Layanan (X1) , Harga (X2) , Kecepatan Produksi (X3) , dan Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang melebihi 0,6. Merujuk pada hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian tersebut, variabel Kualitas Layanan memperoleh nilai 0,927, variabel Harga sebesar 0,797, variabel Kecepatan Produksi sebesar 0,805, dan variabel Kepuasan Pelanggan secara keseluruhan mencapai 0,919.

Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur keempat variabel tersebut memiliki konsistensi internal yang sangat baik dan dapat diandalkan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian ini termasuk dalam kategori reliabel, yang berarti kuesioner tersebut dapat memberikan hasil yang konsisten dan stabil apabila digunakan kembali dalam kondisi yang sama untuk mengukur faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada Harvest Digital Printing Surabaya

## Uji F

Gambar 3.2. Uji f

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |         |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig.              |
| 1                  | Regression | 2412.636       | 3  | 804.212     | 135.527 | .000 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 421.310        | 71 | 5.934       |         |                   |
|                    | Total      | 2833.947       | 74 |             |         |                   |

a. Dependent Variable: Total\_Y

b. Predictors: (Constant), Total\_X3, Total\_X1, Total\_X2

Sumber : Data diolah SPSS 2026

### Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdiri dari Kualitas Layanan (X1), Harga (X2), dan Kecepatan Produksi (X3) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

variabel dependen, yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Berdasarkan tabel ANOVA yang diperoleh, hasil pengujian adalah sebagai berikut:

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai F-hitung sebesar **135,527** dengan tingkat signifikansi sebesar **0,000**. Karena nilai signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan (X1), Harga (X2), dan Kecepatan Produksi (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Harvest Digital Printing Surabaya.

Dengan demikian, **Hipotesis keempat (H4) diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa gabungan dari pelayanan yang baik, penetapan harga yang kompetitif, serta proses produksi yang cepat menjadi kunci utama dalam menciptakan kepuasan bagi pelanggan di Harvest Digital Printing Surabaya. Peningkatan pada ketiga faktor tersebut secara bersama-sama akan berdampak nyata pada meningkatnya perasaan senang atau puas pelanggan setelah menggunakan jasa percetakan tersebut

## Uji T

Gambar 3.2. Uji T

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant) | .679                        | 1.389      |                           | .489  | .626 |
|       | Total_X1   | .116                        | .144       | .107                      | .809  | .421 |
|       | Total_X2   | -.125                       | .155       | -.111                     | -.804 | .424 |
|       | Total_X3   | .984                        | .151       | .926                      | 6.516 | .000 |

a. Dependent Variable: Total\_Y

**Sumber : Data diolah SPSS 2026**

Hasil penelitian pada Harvest Digital Printing Surabaya mengungkapkan bahwa meskipun kualitas layanan, harga, dan kecepatan produksi secara kolektif berdampak signifikan bagi kepuasan pelanggan, namun ketika diuji satu per satu, ditemukan bahwa hanya kecepatan produksi yang benar-benar menjadi penentu utama kepuasan tersebut karena memiliki tingkat signifikansi yang sangat kuat sebesar 0,000. Fenomena ini menunjukkan bahwa bagi para pelanggan percetakan, aspek ketepatan waktu dan efisiensi operasional jauh lebih krusial dibandingkan keramahan layanan maupun nominal harga yang ditawarkan, yang mengindikasikan bahwa selama pesanan selesai dengan cepat, pelanggan cenderung sudah merasa puas meski faktor lainnya berada pada level standar. Dengan demikian, kunci sukses Harvest Digital Printing dalam menjaga loyalitas pelanggan terletak pada kemampuannya mempertahankan proses pengerjaan yang kilat di tengah persaingan bisnis jasa digital printing yang semakin ketat.

## Koefisien Determinasi

Gambar 3.3. Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .923 <sup>a</sup> | .851     | .845              | 2.436                      |

a. Predictors: (Constant), Total\_X3, Total\_X1, Total\_X2

**Sumber : Data diolah SPSS 2026**

menunjukkan seberapa kuat kualitas layanan, harga, dan kecepatan produksi mampu menjelaskan kepuasan pelanggan di Harvest Digital Printing Surabaya. Secara keseluruhan, model penelitian ini memiliki tingkat akurasi yang sangat tinggi, di mana nilai R Square sebesar 0,851 menandakan bahwa kombinasi ketiga variabel tersebut memberikan kontribusi sebesar 85,1% terhadap kepuasan pelanggan. Angka yang cukup dominan ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen di tempat Anda memang sangat dipengaruhi oleh aspek pelayanan, kebijakan harga, serta efisiensi waktu pengerjaan. Sementara itu, sisanya sebesar 14,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal lain di luar cakupan penelitian ini. Temuan ini mempertegas bahwa strategi perusahaan yang mengintegrasikan kualitas layanan yang responsif, harga yang kompetitif, dan proses produksi yang kilat

merupakan langkah yang sudah tepat dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah ketatnya persaingan jasa percetakan saat ini

### Uji Regresi linear berganda

Gambar 3.4 Uji Regresi linear berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant) | .679                        | 1.389      |                           | .489  | .626 |
|       | Total_X1   | .116                        | .144       | .107                      | .809  | .421 |
|       | Total_X2   | -.125                       | .155       | -.111                     | -.804 | .424 |
|       | Total_X3   | .984                        | .151       | .926                      | 6.516 | .000 |

a. Dependent Variable: Total\_Y

Sumber : Data diolah SPSS 2026

### Rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

### Keterangan:

Sumber : Data diolah SPSS 2026

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian telah memenuhi kriteria valid dan reliabel, sehingga layak digunakan dalam analisis. Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas layanan, harga, dan kecepatan produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang dibuktikan melalui uji F dengan nilai signifikansi 0,000 (<0,05).

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,851 menunjukkan bahwa 85,1% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan 14,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Namun, secara parsial (uji T), hanya variabel kecepatan produksi yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi 0,000 dan koefisien terbesar sebesar 0,984, sehingga menjadi variabel paling dominan. Sementara itu, kualitas layanan (0,421) dan harga (0,424) tidak berpengaruh signifikan, di mana harga juga menunjukkan arah hubungan negatif.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa kecepatan produksi merupakan faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan, meskipun kualitas layanan dan harga tetap berperan dalam mendukung pengalaman pelanggan. Oleh karena itu, peningkatan efisiensi dan ketepatan waktu produksi menjadi strategi paling efektif dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

asil penelitian didasarkan pada urutan logis untuk membentuk sebuah cerita. Isinya menunjukkan fakta/data. Dapat menggunakan Tabel dan Angka tetapi tidak mengulangi data yang sama dalam gambar, tabel, dan teks. Untuk lebih memperjelas deskripsi, dapat menggunakan subtitle.

Diskusi adalah penjelasan dasar, hubungan, dan generalisasi yang ditunjukkan oleh hasilnya. Deskripsi menjawab pertanyaan penelitian. Jika ada hasil yang meragukan, tunjukkan secara objektif.

### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian telah memenuhi kriteria valid dan reliabel, sehingga layak digunakan dalam analisis. Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas layanan, harga, dan kecepatan produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang dibuktikan melalui uji F dengan nilai signifikansi 0,000 (<0,05). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,851 menunjukkan bahwa 85,1% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan 14,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Namun, secara parsial (uji T), hanya variabel kecepatan produksi yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

dengan nilai signifikansi 0,000 dan koefisien terbesar sebesar 0,984, sehingga menjadi variabel paling dominan. Sementara itu, kualitas layanan (0,421) dan harga (0,424) tidak berpengaruh signifikan, di mana harga juga menunjukkan arah hubungan negatif. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa kecepatan produksi merupakan faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan, meskipun kualitas layanan dan harga tetap berperan dalam mendukung pengalaman pelanggan. Oleh karena itu, peningkatan efisiensi dan ketepatan waktu produksi menjadi strategi paling efektif dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

## Referensi

1. Alfath, Z. S., & Kumara, D. (2026). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Percetakan Pada CV Rahuma Cahaya Jaya Digital Printing di Puri Beta Kota Tangerang*. 4(2), 624–637.
2. Ashary, L., Ali, A. H., & Muslim, A. A. (2023). *Analisis Harga Pokok Produksi Untuk Penentuan Harga Jual Es Balok di Pabrik Es Ma'un Baarid Sukorejo Situbondo*. 1(01), 76–82.
3. Azmy, N. U. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Konsumen Kafe Bintang Sangak)*. 4(1).
4. Bali, A. Y. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. 1(1), 1–14.
5. Firmansyah, D. (2023). *JKBM*. 9(2), 202–215. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v9i2.8808>
6. Fitria, D. N., Avianti, W., Tinggi, S., Ekonomi, I., Karta, W., Mukti, U. W., & Pelanggan, K. (2024). *Kualitas pelayanan dan harga meningkatkan kepuasan pelanggan*. 1(1), 74–89.
7. Irfana, M. S. /dk. (2025). *Jurnal Inovasi Global PENGARUH PROSES HASIL PRODUKSI DIGITAL*. 3(3).
8. Mayana, N., Tarigan, B., Candro, D., Sinaga, P., Siregar, N. S., & Musyaffa, S. A. (2026). *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Jaringan Analisis Kepuasan Pelanggan Percetakan Berkas Dengan Metode Service Quality*. 1, 6–9.
9. Prasetyo. (2024). *Management Analysis Journal*. 1(4).
10. Salome, I. O., Ayotunde, O. A., Samuel, O. O., & Samuel, O. O. (2022). *FROM SERVICE QUALITY TO E-SERVICE QUALITY : MEASUREMENT , DIMENSIONS AND*. 25(1), 1–15.
11. Santika, I. W. (2023). *No Title*. 12(9), 995–1015.
12. Setiawan, B. P., & Frianto, A. (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian)*. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 3(3), 352–366. <https://doi.org/10.33752/bima.v3i3.5493>
13. Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*.
14. Varadina, N. A. A. Y. (2023). *Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan*. 21(3), 290–299.
15. Wulandari, W. (2022). *Produktivitas Kerja dan Hubungannya dengan Motivasi*. 6(2), 149–160. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v6n2.p149-160>