

JURNAL ILMIAH EKONOMIKA

VOLUME 13 NOMOR 1, APRIL 2020

PENGARUH JUMLAH PENDUDUK DAN DANA PERIMBANGAN TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI KOTA PALEMBANG

✎ *M. Rryan Fauzi, Rini Efranti & Ali Akbar*

PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN STRES KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA DINAS PEMADAM KEBAKARAN DAN PENYELAMATAN KABUPATEN OGAN KOMERING ULU

✎ *Okta Restiana Putri & Rosmala Dewi*

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

✎ *Sri Hastuti*

PENGARUH KEMAMPUAN KOMUNIKASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA PEGAWAI PADA DINAS PERDAGANGAN DAN PERINDUSTRIAN KABUPATEN OGAN KOMERING ULU

✎ *RR Dimas Veronica Priharti & Wulan Fitri*

IMPLEMENTASI *THEORY OF REASONED ACTION* OLEH AJEN FISHBEIN PADA PENELITIAN SIKAP DAN NORMA SUBJEKTIF TERHADAP MINAT MAHASISWA UNIVERSITAS BATURAJA MENABUNG SAHAM YANG ADA DI BURSA EFEK INDONESIA

✎ *Muhamad Mardiansyah & Darman Syafe'i*

ANALISIS PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP PRESTASI KERJA KARYAWAN PADA PT. AMAN TOEBILAH PUTRA DI KEC. MERAPI BARAT KABUPATEN LAHAT

✎ *Melia Handayani*

ANALISIS EFISIENSI PENGGUNAAN MODAL KERJA PERUSAHAAN DENGAN RASIO KEUANGAN (STUDI KASUS PADA PT. SEMEN BATURAJA Tbk PERIODE TAHUN 2008-2017)

✎ *Yulitiawati & Desy Mandela*

PENGARUH KEPATUHAN WAJIB PAJAK HOTEL DAN RESTORAN TERHADAP PENERIMAAN PAJAK DAERAH TAHUN 2017-2018 DI KABUPATEN OKU

✎ *Hasiatul Aini, Mardiah Kenamon & Isra*

PENGARUH *RETURN ON ASSETS* DAN *DEBT TO EQUITY RATIO* TERHADAP *DIVIDEND PAYOUT RATIO* DI PERUSAHAAN YANG TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2016-2018

✎ *Eka Meiliya Dona*

PENGARUH PERTUMBUHAN EKONOMI DAN ANGKA KEMISKINAN TERHADAP INDEKS PEMBANGUNAN MANUSIA DI PROVINSI SUMATERA SELATAN TAHUN 2010-2018

✎ *Andri Irawan*

ISSN: 2085-0352



All images searched from Google



JURNAL ILMIAH EKONOMIKA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BATURAJA

Volume 13 Nomor 1, April 2020

ISSN: 2085-0352

Ekonomika Adalah Jurnal Ilmiah Yang Menyajikan Berbagai Tulisan Ilmiah Dalam Bentuk Ringkasan Hasil Penelitian, Artikel Ilmiah, dan Resensi Buku di Bidang Ilmu Ekonomi. Redaksi Mengundang Para Pakar, Praktisi, Akademisi, Peneliti, dan Siapa Saja Yang Peduli Dengan Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. Diterbitkan secara berkala 2 (dua) kali dalam 1 (satu) tahun (Edisi Bulan April dan Oktober) oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja, Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU) Provinsi Sumatera Selatan.

Penanggung Jawab :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja
NOVEGYA RATIH PRIMANDARI, S.E., M.Si.

Pemimpin Redaksi :

ALI AKBAR, S.E., M.Si.

Mitra Bestari :

RATNA SETYAWATI GUNAWAN, S.E., M.Si. (Universitas Jend. Soedirman, Purwokerto);
YULIA INDRAWATI, S.E., M.Si. (Universitas Jember); MUKHLIS, S.E., M.Si. (Universitas Sriwijaya);
Drs. SYAFARUDDIN ALWI, M.S. (Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta);
SYAIFUL SAHRI, S.E., M.Si. (Universitas Tridinanti, Palembang).

Dewan Penyunting :

Ketua: TATI HERLINA, S.E., M.Si.
Anggota: Dr. RINI EFRIANTI, S.E., M.Si.; Dr. YUNITA SARI, S.E., M.Si.;
NAZIPAWATI, S.E., M.Si.; ROSMALA DEWI, S.E., M.Si.; EKA MEILIYA DONA S.E., M.Si., Ak., C.A.

Setting & Layout :

Ketua: MUHAMAD MARDIANSYAH, S.E., M.Si.;
Anggota: RR. DIMAS VERONICA PRIHARTI, S.E., M.M.;
ANDRI IRAWAN, S.E., M.Si.

Sirkulasi dan Distribusi :

DYAH AYU PUTRIANI, S.Pd., M.Si.; SERLYANA, S.Pd.

ALAMAT REDAKSI :

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BATURAJA
Jl. Ki Ratu Penghulu No. 02301 Karang Sari, Baturaja OKU 32115 Sumsel
Telepon/Fax : (0735) 326122
Website: <http://www.fe.unbara.ac.id>
Email: fe@unbara.ac.id
Contact Persons: - Ali Akbar, S.E., M.Si. (082280867188);
- Tati Herlina, S.E., M.Si. (083164895936)

Redaksi menerima naskah berupa artikel ilmiah, ringkasan hasil penelitian dan resensi buku di bidang Ilmu Ekonomi yang belum pernah diterbitkan oleh media lain. Naskah dikirim dalam bentuk file *softcopy*/CD, atau via e-mail ke alamat Kantor/E-mail Redaksi Jurnal Ekonomika dengan format seperti tercantum pada halaman dalam *cover* belakang.
Redaksi berhak menyunting naskah tanpa mengubah substansi.

DAFTAR ISI

	HAL.
01. Pengaruh Jumlah Penduduk dan Dana Perimbangan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kota Palembang <i>M. Riyan Fauzi, Rini Efrianti & Ali Akbar</i>	1 - 20
02. Pengaruh Motivasi Kerja dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Pemadam Kebakaran dan Penyelamatan Kabupaten Ogan Komering Ulu <i>Okta Restiana Putri & Rosmala Dewi</i>	21 - 36
03. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen <i>Sri Hastuti</i>	37 - 54
04. Pengaruh Kemampuan Komunikasi dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Pada Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Ogan Komering Ulu <i>Rr. Dimas Veronica Priharti & Wulan Fitri</i>	55 - 78
05. Implementasi <i>Theory Of Reasoned Action</i> Oleh Ajen Fishbein Pada Penelitian Sikap dan Norma Subjektif Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Baturaja Menabung Saham Yang Ada di Bursa Efek Indonesia <i>Muhamad Mardiansyah & Darman Syafe'i</i>	79 - 89
06. Analisis Pengaruh Budaya Organisasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada PT. Aman Toebilah Putra di Kecamatan Merapi Barat Kabupaten Lahat <i>Melia Handayani</i>	90 - 114
07. Analisis Efisiensi Penggunaan Modal Kerja Perusahaan Dengan Rasio Keuangan (Studi Kasus Pada PT. Semen Baturaja, Tbk Periode Tahun 2008-2017) <i>Yulitiawati & Desy Mandela</i>	115 - 133
08. Pengaruh Kepatuhan Wajib Pajak Hotel dan Restoran Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Tahun 2017-2018 di Kabupaten OKU <i>Hasiatul Aini, Mardiah Kenamon & Isra</i>	134 - 151
09. Pengaruh <i>Return On Assets</i> dan <i>Debt To Equity Ratio</i> Terhadap <i>Dividend Payout Ratio</i> di Perusahaan Tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018 <i>Eka Meiliya Dona</i>	152 - 171
10. Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi dan Angka Kemiskinan Terhadap Indeks Pembangunan Manusia di Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2010-2018 <i>Andri Irawan</i>	172 - 192

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN
(Study Kasus Pada Laundry Ananda Lahat)**

Sri Hastuti^{*)}

ABSTRACT

Data retrieval method used in this study is literature study is a method used to obtain theoretical data related to the issues discussed. Then field studies are interviews, observations, related to the problem under study to obtain clear data. Based on the results of research that has been done on Laundry Ananda Lahat, and the results of the analysis of the Influence of Service Quality and Price Against Consumer Satisfaction can be drawn conclusion as follows: In t test obtained there is a significant influence of the variable Quality Service (X1) on Consumer Satisfaction while the variable Price (X2) has no effect on Consumer Satisfaction (Case Study On Laundry Ananda Lahat). In F test obtained there is a linear relationship between Quality of Service (X1) and Price (X2) simultaneously or simultaneously have a significant influence on Consumer Satisfaction (Case Study On Laundry Ananda Lahat) (Y). Of the two factors namely Quality of Service and Price which has the most dominant influence on Consumer Satisfaction (Case Study On Laundry Ananda Lahat) is Quality Service.

Keywords: *Quality of Service, Price and Consumer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha dewasa ini ditandai dengan semakin tajamnya persaingan, khususnya dalam pengelolaan unit usaha perusahaan. Hal ini ditandai dengan munculnya perusahaan yang menawarkan produk berkualitas dengan harga dan kualitas pelayanan yang bersaing. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam

upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen, sehingga konsumen tersebut mempunyai keinginan akan suatu produk.

Kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar. Keberhasilan pemasaran merupakan kunci

^{*)} Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Serelo Lahat

kesuksesan dari suatu perusahaan. Semakin padat dan dinamisnya kinerja seseorang, menuntut untuk dapat mengatur waktunya sebaik mungkin. Sedikit sekali orang memiliki kemampuan manajerial dalam membagi waktunya, apalagi untuk hal-hal yang dianggap sepele namun berpengaruh besar.

Aktivitas yang kecil, namun membawa pengaruh besar tersebut yaitu mencuci pakaian. Bila dipikir berapa banyak orang dikota besar yang bisa membagi waktunya untuk mencuci pakaiannya sendiri, sejak pagi sudah bergelut dengan pekerjaannya, pulang dari kantor sudah larut malam, dan hanya ada satu dibenak pikiran yaitu istirahat. Dengan adanya temuan baru untuk mempermudah pekerjaan tentang adanya usaha laundry kiloan dengan investasi yang cukup murah dan dapat dijadikan sebagai usaha yang bersifat jasa dilokalisasi pemukiman menengah ke atas.

Dalam kondisi persaingan yang ketat seperti ini, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing, dan

menguasai pangsa pasar . Dengan menyadari bahwa sebenarnya nilai merupakan sintesa dari sejumlah hal yang diantaranya adalah kualitas dan pelayanan pelanggan, maka keputusan atau ketidakpuasan pelanggan menjadi topik yang menarik untuk dibicarakan dan dibahas pada setiap kesempatan yang ada.

Konsumen memiliki peluang yang luas untuk mendapatkan produk dengan sederet pilihan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Karena itu konsentrasi pemasaran tidak lagi sekedar bagaimana produk itu sampai ke konsumen tetapi lebih focus kepada apakah produk itu telah memenuhi permintaan kepuasan konsumen. Untuk itu diperlukan strategi inovasi penjualan terus berusaha agar dapat menarik calon konsumen menjadi konsumen yang potensial.

Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh

kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama.

Penetapan harga yang sudah bersaing di pasar merupakan salah satu usaha perusahaan untuk dapat mengembangkan perusahaan agar dapat meningkatkan penjualan dan laba yang diterima. Bila harga yang ditawarkan sudah bersaing dipasaran maka konsumen akan melihat pada barang atau jasa yang ditawarkan apakah sudah sesuai dengan harga yang ditawarkan tersebut harus memiliki kualitas yang baik agar konsumen mempunyai pilihan dalam menggunakan jasa pelayanan sehingga tidak perlu mencari tempat lain. Harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi keduanya.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan dalam perusahaan jasa merupakan hal yang sangat penting dari sudut pandang konsumen. Konsumen tidak hanya menilai dari

hasil jasa, tetapi juga dari proses penyampaian jasa tersebut.

Loungery Ananda merupakan tempat penjualan jasa yang berupa cucian pakaian, dimana tempat tersebut sudah banyak diketahui oleh kalangan ibu-ibu rumah tangga, namun walaupun demikian Loungery Ananda masih terdapat kendala yang timbul, yaitu dilihat dari segi kualitas pelayanan yang kurang ramah terhadap konsumen, sehingga timbulnya permasalahan-permasalahan yang pada laundry Ananda Lahat dengan pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan yang diharapkan mengakibatkan konsumen berpindah ketempat lain, tidak memberikan informasi untuk menggunakan jasa yang ditawarkan dan konsumen tidak ada tempat untuk menyampaikan keluhan atau saran, sehingga konsumen merasa adanya penurunan kualitas yang terjadi pada Laundry Ananda tersebut.

Harapan kiranya Loungery Ananda dapat memperbaiki atau membina karyawannya agar dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dan semaksimal mungkin demi terciptanya kepuasan bagi para pelanggan sehingga pelanggan tetap

terus menggunakan jasa Laundry tersebut. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Pada Laundry Ananda Lahat)**”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Pada Laundry Ananda Lahat) baik secara parsial maupun simultan?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Pada Laundry Ananda Lahat)

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pemasaran

Manajemen Pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan

menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan (Kristanti, 2013 :172).

Menurut Dharmmesta (2014 :144) Manajemen Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaannya, berkembang, dan mendapatkan laba.

Definisi Pemasaran menurut Stanton (2014:65) adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Fahrudin, 2015:52). Sedangkan ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual

produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Wilkie (2014:87) mendefinisikannya sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan (Tjiptono, 2014 : 349) .

Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2015:30).

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Indikator Kepuasan Konsumen

Wilkie (2014:123) menyatakan bahwa terdapat empat indikator pada kepuasan konsumen yaitu *expectations*, *performance*, *comparison*, *confirmation*.

a) *Expectations* (harapan)

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan, dan keyakinan mereka.

b) *Performance* (kinerja)

Performance merupakan pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka.

c) *Comparison* (perbandingan)

Setelah mengkonsumsi barang atau jasa maka konsumen akan

membandingkan harapan terhadap kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan kinerja aktual barang atau jasa tersebut.

d) *Confirmation* atau *disconfirmation*

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda atau dari pengalaman orang lain.

Kualitas Pelayanan

Menurut Sutedja (2015:34) pelayanan atau servis dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Pelayanan tersebut meliputi kecepatan melayani, kenyamanan yang diberikan, kemudahan lokasi, harga wajar dan bersaing (Sunarto, 2015:105).

Menurut Jusuf Suit dan Almasdi (2014:88) untuk melayani pelanggan secara prima kita diwajibkan untuk memberikan layanan yang pasti handal, cepat serta lengkap dengan tambahan empati dan penampilan menarik.

Menurut Chandra (2015:180) menyatakan bahwa kualitas pelayanan

adalah sebagai alat ukur seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sedangkan menurut Tjiptono (2015:54) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Menurut Sutedja (2015:44) menyatakan bahwa ada lima dimensi umum yang mempengaruhi suatu kualitas pelayanan, yaitu :

- 1) **Kehandalan (*Reliability*)**
Reliability merupakan kemampuan untuk memberikan apa yang telah dijanjikan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa..
- 2) **Kesigapan (*Responsiveness*)**
Responsiveness atau daya tanggap merupakan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan.
- 3) **Kompetensi (*Competence*)**
Yaitu penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat

menyampaikan jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan

4) Akses (*Acces*)

Ini meliputi kemudahan untuk dihubungi atau ditemui (*approachability*) dan kemudahan kontrak.

5) Kesopanan (*Courtesy*)

Ini meliputi sikap santun, respek, atensi dan keramahan para karyawan yang berhubungan langsung dengan konsumen

Harga

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya (Swastha, 2015:213).

Bagi perusahaan, harga jelas mempengaruhi keuntungan. Jelasnya harga tidak boleh lebih rendah dari biaya rata-rata perproduk kalau perusahaan ingin memperoleh keuntungan (Simamora, 2014:67).

Masalah harga sebenarnya merupakan salah satu dari empat variabel utama harus dikendalikan secara serasi, selaras dengan tujuan yang akan dicapai oleh manajer

perusahaan. Segala keputusan yang berhubungan dengan harga akan sangat mempengaruhi beberapa aspek kegiatan perusahaan, baik yang menyangkut kegiatan penjualan maupun aspek keuntungan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Oleh karena itu manajer suatu perusahaan harus berhati-hati dalam menentukan harga jual (Nitisemito, 2014:247).

Indikator Harga

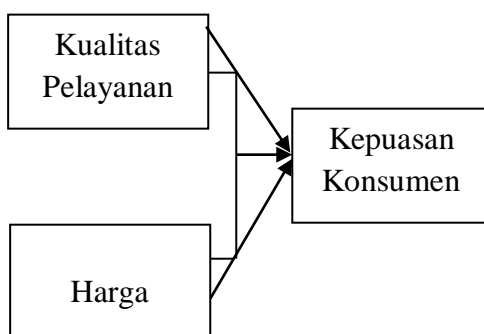
Menurut (Simamora, 2014:67) indikator harga jual diketahui sebagai berikut :

1. Tingkat harga
Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku dipasaran.
2. Potongan harga
Suatu teknik promosi penjualan dimana seorang pembeli diberikan kembali sebagian dari *harga* pembelian
3. Waktu pembayaran
Jangka *waktu pembayaran* adalah tenggang waktu yang dihitung sejak tanggal diterbitkan hingga jatuh tempo pembayarannya
4. Syarat pembayaran

Syarat pembayaran barang dagang merupakan perjanjian antara penjual dan pembeli atas pembayaran barang dagang yang dibeli.

Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel indeviden dan devenden. Sugiyono (2013 :60). Kualitas pelayanan (X1) dan Harga (X2) sebagai variabel bebas (Variabel Independent), Kepuasan Konsumen (Y) sebagai variabel terikat (Variabel Devendent). Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2009:96) Hipotesis merupakan Jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Adapun Hipotesis yang penulis ambil : Diduga ada pengaruh pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Pada Laundry Ananda Lahat) baik secara parsial maupun simultan.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen yang melaundry pada Laundry Ananda Lahat waktu observasi selama empat bulan yaitu bulan Januari sampai April tahun 2018 sebanyak 121 orang. Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan tehnik *accidental sampling*. Pengambilan data dilakukan pada saat konsumen yang melaundry pada Laundry Ananda Lahat, sehingga diperoleh $n = N / (1 + N e^2) = 121 / (1 + 121 \times 0,1^2) = 55$. Dengan demikian, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 55 orang.

Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer ini dikumpulkan oleh peneliti sendiri atau dirinya sendiri. Ini adalah data yang belum pernah dikumpulkan sebelumnya, baik dengan cara tertentu atau pada periode waktu tertentu. Kemudian menggunakan data kuantitatif yang merupakan data yang dapat diinput ke dalam skala pengukuran statistik melalui perhitungan.

Model Analisis Data

Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif karena data penelitian yang diperoleh menggunakan angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Responden dalam Penelitian ini adalah konsumen Pada Laundry Ananda Lahat sebanyak 55 orang konsumen terpilih berdasarkan populasinya. Terdapat tiga karakteristik responden yang

dimasukkan dalam penelitian ini, yaitu tingkat usia, jenis kelamin dan pekerjaan. Tingkat usia dapat mencerminkan kematangan berfikir dan tingkat kebutuhan. Dari penelitian ini dapat gambarkan usia responden sebagai berikut :

1. Berdasarkan Tingkat Usia

Tabel 1
Tingkat Usia Responden

Uraian	Jumlah	Persentase
≤ 20 tahun	4	7,27 %
21 - 30 tahun	19	34,55 %
31 - 40 tahun	23	41,82 %
41 - 50 tahun	9	16,36 %
Jumlah	55	100 %

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat terlihat bahwa responden yang paling banyak yaitu berada pada umur 31 - 40 tahun sedangkan jumlah responden yang paling sedikit berada pada umur < 20 tahun.

2. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 2
Jenis Kelamin Responden

Uraian	Jumlah	Persentase
Laki-laki	18 orang	32,73 %
Perempuan	37 orang	67,27 %
Jumlah	55 orang	100%

Sumber : Data primer diolah, 2020

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa responden berdasarkan jenis kelamin perempuan paling banyak

yaitu 37 orang atau mencapai 67,27 %, sedangkan responden laki-laki berjumlah 18 orang atau 32,73 %.

3. Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Tabel 3
Jenis Pekerjaan

Uraian	Jumlah	Persentase
Pelajar	5 orang	9,09%
Swasta	18 orang	32,73%
Petani	5 orang	9,09%
PNS	27 orang	49,09%
Jumlah	55 orang	100%

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa status responden berdasarkan pekerjaan yaitu : Pelajar 5 orang atau 9,09 %, Swasta 18 orang atau 32,73 %, Petani 5 orang atau 9,09 % dan Pegawai Negeri Sipil 27 orang atau 49,09 %. Dari tabel tersebut terlihat bahwa mayoritas konsumen yang menggunakan Jasa Laundry adalah Pegawai Negeri Sipil.

Pengujian Kualitas Data

Variabel yang diteliti yaitu kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen (Y) sebagai variabel terikat. Apabila variabel mempunyai nilai r (*corrected item-total corellation*) $>$ r tabel, maka item pertanyaan adalah valid. Pada uji reliabilitas dilakukan dengan

menggunakan *alpha cronbach's*. Angka yang didapat melalui metode *alpha cronbach's* kemudian dibandingkan dengan koefisien (r) = 0,60. Bila nilai *alpha cronbach's* lebih besar maka variabel dikatakan reliabel atau terpercaya.

Untuk mengetahui selengkapnya hasil penelitian untuk reliabilitas variabel kualitas pelayanan (X_1) dan variabel harga (X_2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) pada tabel berikut:

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha	Nunnaly	Status
Kualitas Pelayanan	0,903	0,600	Reliabel
Harga	0,924	0,600	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,915	0,600	Reliabel

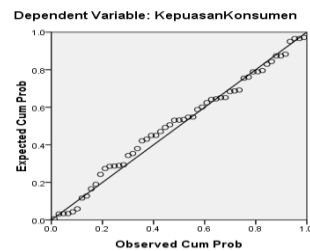
Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS, 2020

Pengujian Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel yang dianalisis memenuhi kriteria sebaran normal atau berdistribusi normal. Berdasarkan hasil analisis dapat ditunjukkan hasilnya sebagaimana terlihat pada gambar.2

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Dari gambar tersebut terlihat bahwa hampir semua titik-titik mendekati garis diagonal, hal ini berarti bahwa data yang terkumpul kemudian dimasukkan kedalam model garis regresi untuk dianalisis telah berdistribusi normal.

Uji Multiolinieritas

Berdasarkan tabel 5 uji multikolinieritas yang telah dilakukan dengan pengujian collinearity statistics menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen nilai VIF > 1, dan nilai tolerance < 1. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat masalah multikolinieritas.

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	0,992	1,008
Harga	0,992	1,008

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS, 2020

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah kondisi di mana sebaran atau varian variabel pengganggu (e) tidak konstan sepanjang observasi. Jika varians residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap (konstan), maka disebut homoskedastisitas. Jika varians berbeda, disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan uji Glejser. Dari hasil uji heteroskedastisitas diperoleh hasil sebagaimana tercantum pada tabel 6.

Tabel 6
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	t_{hitung}	p-value	Sig.
Kualitas Pelayanan	0,244	0,808	$p > 0,05$
Harga	-0,498	0,620	$p > 0,05$

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS, 2020

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas karena $p\text{-value} > 0,05$.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan dan dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini

variabel independen yang meliputi: variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) diuji pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu variabel kepuasan konsumen (Y). Hasil analisis regresi berganda terlihat sebagaimana pada tabel 7.

Tabel 7
Hasil Analisis Regresi Linier
Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	31.121	5.646	
Kualitas Pelayanan	.278	.102	.357
Harga	-.040	.121	-.043

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS, 2020

Berdasarkan hasil analisis data seperti yang telah disajikan pada tabel diatas, persamaan regresi yang didapat adalah :

$$Y = 31,121 + 0,278X_1 - 0,040X_2$$

Dimana :

Berarti bila tanpa adanya variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2), maka kepuasan konsumen sebesar 31,121

a = Nilai koefisien 31,121 menunjukkan dengan adanya kualitas pelayanan (X_1), dan harga (X_2), maka besarnya kepuasan konsumen sebesar 31,121.

X_1 = Nilai koefisien +0,278, Tanda (+) menunjukkan hubungan Kualitas pelayanan dengan Kepuasan Konusmen adalah positif, atau jika variabel kualitas pelayanan (X_1) dinaikan sebesar 1% sementara variabel harga (X_2) konstan, maka kepuasan konsumen naik sebesar 27,8%

X_2 = Nilai koefisien -0,040, Tanda (-) menunjukkan hubungan harga dengan kepuasan konsumen adalah negatif, atau jika variabel harga (X_2) diturunkan sebesar 1% sementara variabel kualitas pelayanan (X_1) konstan, maka kepuasan konsumen akan turun sebesar 4,0%

Uji Parsial (Uji t)

Untuk melihat pengaruh masing-masing variabel (kualitas pelayanan, harga) terhadap kepuasan konsumen, maka dilakukan uji t

(parsial) dengan formulasi sebagai berikut :

1). Untuk variabel X_1
 $H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak ada pengaruh X_1 dan Y)

$H_1 : \beta_1 > 0$ (ada pengaruh X_1 dan Y)

$$df = n-k-1 = 55-2-1 = 52$$

$$\alpha = 0,05$$

$$t \text{ hitung} = 2,734$$

$$t \text{ tabel} = 1,684$$

Dengan demikian, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh X_1 terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), diperoleh t hitung ($2,734$) $>$ t tabel ($1,684$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Pada Laundry Ananda Lahat).

2). Untuk variabel X_2

$H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak pengaruh X_2 dan Y)

$H_1 : \beta_1 > 0$ (ada pengaruh dan Y)

$$df = n-k-1 = 55-2-1 = 52$$

$$\alpha = 0,05$$

$$t \text{ hitung} = -0,333$$

$$t \text{ tabel} = 1,684$$

Dengan demikian, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh X_2 terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), diperoleh t hitung ($-0,333$) $<$ t tabel ($1,684$), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Pada Laundry Ananda Lahat).

Uji Simultan (uji F)

Analisis varians digunakan untuk melihat sumber-sumber variansi (keragaman) pada data penelitian. Untuk melihat pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) digunakan uji F. Output ANOVA pada tabel 8

Tabel 9
Analisis Varians

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	149.618	2	74.809	3.741	.030 ^a
Residual	1039.909	52	19.998		
Total	1189.527	54			

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	149.618	2	74.809	3.741	.030 ^a
Residual	1039.909	52	19.998		
Total	1189.527	54			

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS, 2020

Pengujian untuk melihat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Pada Laundry Ananda Lahat) menghasilkan nilai F_{hitung} 3,741 dan F_{tabel} ($\alpha = 0,05$) pada ($n-2 = 53$) adalah 3,15 dan nilai taraf signifikan $F = 0,000$ ($P_{value} < \alpha$).

Berdasarkan hasil ini maka diputuskan untuk menolak H_0 dan menerima H_1 . Jadi variabel Kualitas Pelayanan dan Harga, keduanya secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Pada Laundry Ananda Lahat) dengan $\alpha = 0,05$

Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Hasil analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10
Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.355 ^a	.126	.092	4.47194

a. Predictors: (Constant), Kualitas produk, layanan iklan

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS, 2020

Hasil analisis regresi berganda mendapatkan nilai koefisien korelasi ganda (r) sebesar 0,355, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki hubungan yang kuat dengan Kepuasan Konsumen (Study Kasus Pada Laundry Ananda Lahat)

Besarnya koefisien Determinasi (R^2) adalah 0,126. Artinya perubahan variasi Kepuasan Konsumen (Study Kasus Pada Laundry Ananda Lahat), dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan harga dengan kontribusi sebesar 12,6% sedangkan sisanya sebesar 85,6% dapat

dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model ini.

Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini ditekankan pada pengujian pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Pada Laundry Ananda Lahat). Sehingga dari hasil penelitian yang diuraikan dalam hasil analisis dan penelitian ternyata kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan dengan kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian regresi antara Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Pada Laundry Ananda Lahat) sebab nilai sig < 0,05.

Kemudian dari hasil pengujian regresi antara Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini menunjukkan dengan adanya sikap yang profesional yang dimiliki karyawan dalam melaksanakan tugasnya maka kepuasan konsumen akan meningkat, sedangkan dari hasil uji parsial yang menunjukkan signifikan. Selanjutnya dari hasil uji hipotesis yang telah dikemukakan

dapat dikatakan hipotesis pertama terbukti. Hasil uji koefisien regresi, dapat diketahui variabel yang paling dominan mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Study Kasus Pada Laundry Ananda Lahat) adalah Kualitas Pelayanan.

Kesediaan dan kesigapan para karyawan untuk membantu dan melayani pelanggan dengan segera berpengaruh langsung secara positif terhadap loyalitas pelanggan. Karena memberikan nilai plus berupa motivasi khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan inilah yang akan membuat pelanggan menjadi sangat loyal. Loyalitas pelanggan memegang peranan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen yang berkenaan dengan pengetahuan dan personality karyawan, serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (trust) dan keyakinan pelanggan (confidence).

Dengan adanya kualitas pengetahuan karyawan yang tepat, maka pelanggan akan merasa yakin untuk menggunakan jasa suatu perusahaan. Oleh karena itu 5asec

selalu mengadakan training bagi para karyawannya agar dapat menambah wawasan, dan pengetahuan masing-masing karyawan, sehingga dapat memberikan informasi yang tepat kepada setiap pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Sesuai dengan hasil analisis terhadap data penelitian, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis persamaan regresi yang didapat adalah $Y = 31,121 + 0,278 X_1 - 0,040 X_2$, artinya nilai koefisien 30,034 menunjukkan dengan adanya kualitas pelayanan (X_1), dan harga (X_2), maka besarnya kepuasan konsumen sebesar 31,121
2. Besarnya koefisien Determinasi (R^2) adalah 0,126, artinya perubahan variasi Kepuasan Konsumen (Study Kasus Pada Laundry Ananda Lahat) dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Harga dengan kontribusi sebesar 12,6% sedangkan sisanya

sebesar 87,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain.

3. Pada uji F, ada hubungan secara linier antara kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) secara bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
4. Pada uji t, variabel X_1 dan variabel Y, ada pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Pada Laundry Ananda Lahat).
5. Pada uji t, variabel X_2 dan variabel Y, tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen.

Saran

1. Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen sebaiknya Laundry Ananda Lahat, sedapat mungkin meningkatkan kualitas pelayanan yang berorientasi terhadap kepuasan konsumen sehingga dapat terwujudnya pelayanan yang prima kepada konsumen dalam memenuhi

kebutuhan dan harapan konsumen terhadap pelayanan tersebut.

2. Dalam meningkatkan kemampuan kinerja karyawan terhadap pelayanan kepada konsumen, pimpinan perusahaan Laundry Ananda Lahat, harus memperhatikan kemampuan karyawan seperti : Pandai berbahasa Indonesia, mampu menarik calon konsumen, dan mampu mempertahankan konsumen yang sudah ada, serta memberikan komunikasi yang timbal balik yang ramah tamah kepada konsumen dan calon konsumen.
3. Laundry Ananda Lahat, diharapkan dapat menerima saran maupun kritik dari konsumen yang bertujuan untuk mengetahui keinginan atau keluhan konsumen sehingga dengan demikian Laundry Ananda Lahat, dapat mengetahui kekurangan yang dimiliki dan mempertimbangkan masukan dari konsumen yang telah memanfaatkan saran tersebut, sehingga harapan konsumen akan tercapai dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Almasdi. 2014. Manajemen Pemasaran Internasional, Jilid 1. Vol 4. Penerbit Salemba, Jakarta
- Chandra. 2015. Kualitas Pelanggan. Erlangga, Jakarta.
- Dharmmesta.2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta. Bandung
- Fahrudin. 2015. Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Sharon Wanea Manado. Jurnal EMBA. Vol 1 No. 3.
- Freddy.2014. Azas-azaz Marketing, Liberty, Yogyakarta.
- Gregorius. 2015. Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Ed. 9, Jilid 1, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Kasmir. 2015. Manajemen Pemasaran. Cetakan Pertama. Amara Books. Yogyakarta.
- Kristanti 2013, Manajemen Pemasaran Modern, Yogyakarta.
- Laksana. 2013. Principles of Marketing 15 Edition. Pearson. Edinburgh Gate.
- Marsono. 2015. Pelayanan dalam Marketing. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol 11 No.1.
- Marsudi. 2014. Manajemen Strategi, Bandung, BPFE
- Nitisemito. 2014. Prinsip-prinsip Pemasaran . Jakarta : Erlangga.

- Pappers. 2014. Kepercayaan Konsumen. Penerbit Liberty. Yogyakarta
- Rangkuti, 2015. Dasar-dasar Marketing, Jakarta: Penerbit PT. Raja Grafindopersada.
- Simamora. 2014. Azas-azas Marketing. Ghalia Indonesia Yogyakarta
- Stanton, 2014, Strategi Pemasaran, EdisiKedua, Yogyakarta :PenerbitAndi.
- Sugiyono.2013. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.Penerbit Alfa Beta. Bandung



JURNAL ILMIAH EKONOMIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BATURAJA

PEDOMAN PENULISAN NASKAH

1. Naskah yang dikirim belum pernah dimuat dalam media cetak lain, berupa hasil penelitian, gagasan/konseptual, kajian dan aplikasi teori, serta pembahasan kepustakaan dalam bidang ekonomi.
2. Artikel ditulis dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris dengan menggunakan standar bahasa dan pengetikan yang baik dan benar. Penulisan menggunakan program *MS. Word*, spasi 1,5, bentuk huruf *Times New Roman*, Font 12, Margin kiri 4, kanan 3, atas 3, bawah 3, di atas kertas ukuran A4, format halaman dalam bentuk 2 kolom, minimal 10 dan maksimal 20 halaman sudah termasuk lampiran.
3. Naskah yang diserahkan dalam bentuk 1 eksemplar *hard copy* dan 1 *soft copy* dalam bentuk CD atau via email, penyerahan naskah paling lambat dua bulan sebelum penerbitan.
4. Tulisan hasil penelitian, kajian dan aplikasi teori disajikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut : (a) Judul, (b) Nama Penulis tanpa gelar dan Institusi penulis, (c) Abstrak dengan menggunakan bahasa Inggris apabila tulisan dalam bahasa Indonesia dan sebaliknya, ± 250 kata serta dicetak miring, (d) Kata Kunci (*key word*). (e) Pendahuluan berisi tentang latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian, (f) Tinjauan Pustaka, (g) Metode Penelitian, (h) Hasil Analisis dan Pembahasan, (i) Kesimpulan dan Saran atau Rekomendasi, (j) Daftar Pustaka dan (k) Lampiran (bila perlu).
5. Penulisan kutipan memuat nama belakang pengarang, tahun penulisan dan halaman, kutipan apabila satu penulis :..... (Widjaja, 2004:76), apabila dua penulis :..... (Setiaji dan Adi, 2007:89). Apabila lebih dari dua penulis:..... (Sugiyono, dkk., 2007:57).
6. Penulisan daftar pustaka diurutkan secara alfabetis, Daftar Pustaka memuat:
 - a. Nama penulis, dengan cara menuliskan terlebih dahulu nama belakang, kemudian nama depan (disingkat). Hal ini berlaku untuk semua nama, baik nama asing maupun nama Indonesia.
 - b. Tahun penerbitan, judul tulisan yang bersangkutan, dengan cara digaris bawahi atau dicetak miring, kota tempat penerbit berada, dan nama penerbit.
 - c. Baris pertama diketik mulai pukulan pertama dan baris kedua dan seterusnya diketik mulai pukulan kelima atau satu *tab* pada computer.
 - (1) Jika sumbernya berupa jurnal : Madiasmo, 2002. *Otonomi Daerah Sebagai Upaya Memperkokoh Basis Perekonomian Daerah*, Jurnal Ekonomi Rakyat, Th.1-No.4 Juni.
 - (2) Jika bersumber buku: Kuncoro, M., 2004. *Otonomi Daerah: Reformasi, Perencanaan, Strategi dan Peluang*, Jakarta : Erlangga.
 - (3) Jika bersumber dari luar jurnal dan buku: Sidik, Machfud., 2002. "Optimalisasi Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dalam Rangka Meningkatkan Kemampuan Keuangan Daerah"., Makalah pada acara orasi ilmiah, tanggal 10 April, Bandung: Tidak diterbitkan, BAPPENAS 2003.; Peta Kemampuan Keuangan Provinsi Dalam Era, Otonomi Daerah: Tinjauan atas Kinerja PAD dan upaya yang dilakukan Daerah Jakarta: Direktorat Pengembangan Otonomi Daerah.
 - (4) Jika bersumber dari internet: Zain, W. 2008. *Inflasi dan Suku Bunga*. www.hupelita.com/baca.php?id=38006 { 1 jan 2009}
7. Naskah dikirim paling lambat dua bulan sebelum bulan penerbitan kepada:
Redaksi Jurnal Ilmiah Ekonomika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja,
Jl. Ki Ratu Penghulu No. 02301 Karang Sari, Baturaja OKU Sumatera Selatan (32115).
E-Mail : fe@unbara.ac.id