



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Swalayan Aneka Buana Pondok Labu Jakarta Selatan

Angelika Stevani Vera Nainggolan ^{1*}, Suryadi Marthadinata ²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Article History: Received (11-11-2024) Revised (18-11-2024) Accepted (5-12-2024)</p> <p>Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction</p>	<p><i>The aim of this research is to determine the effect of service quality on customer satisfaction at the Aneka Buana supermarket in Pondok Labu, South Jakarta. This research method uses quantitative descriptive methods, data collection techniques using questionnaires. The population is 12,347 consumers, sampling can use the Slovin formula, so the sample is all employees totaling 99 consumers. Data analysis uses validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple regression analysis, multiple correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis and hypothesis testing. The results of this research use SPSS version 24 and show that the influence of quality (X1) and price (X2) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y) with the regression equation $Y = 13.508 + 0.381 X1 + 0.373 X2$. The correlation coefficient value or level of influence between the independent variable and the dependent variable is 0.774, meaning that the service quality (X1) and price (X2) variables have a very strong relationship to customer satisfaction (Y). The coefficient of determination or contribution of simultaneous influence is 0.599 or 59.9%, while the remaining 40.1% is influenced by other factors not examined in this research. Partially testing the hypothesis obtained service quality with a positive value $t_{count} > t_{table}$ or $(5.251 > 1.984)$ so H1 is accepted and H0 is rejected, it can be stated that Service Quality (X1) has a significant effect on Customer Satisfaction (Y). Partially testing the hypothesis obtained a price with a positive value $t_{count} > t_{table}$ or $(6.616 > 1.984)$ so H2 is accepted and H0 is rejected, it can be stated that Price (X2) has a significant effect on Customer Satisfaction (Y). The results of the F hypothesis test obtained a value of $F_{count} > F_{table}$ or $(71.567 > 2.70)$. This is also reinforced by a significant value of $0.000 > 0.05$. Thus it can be concluded that service quality and price together or simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction.</i></p>
<p>Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan</p>	<p>ABSTRAK</p> <p>Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan pada Swalayan Aneka Buana Pondok Labu Jakarta Selatan. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Populasinya adalah 12.347 konsumen, pengambilan sampel dapat menggunakan rumus slovin, maka sampel adalah seluruh karyawan yang berjumlah 99 konsumen. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, analisis koefisien korelasi ganda, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil Penelitian ini menggunakan spss versi 24 dan menunjukkan bahwa pengaruh kualitas (X1) dan harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan persamaan regresi $Y = 13,508 + 0,381 X1 + 0,373 X2$. Nilai koefisien korelasi atau tingkat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,774 artinya variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat terhadap kepuasan pelanggan (Y). Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 0,599 atau sebesar 59,9% sedangkan sisanya sebesar 40,1 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis secara parsial diperoleh kualitas pelayanan dengan nilai positif $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(5,251 > 1,984)$ maka H1 diterima dan H0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Uji hipotesis secara parsial diperoleh harga dengan</p>

nilai positif $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(6,616 > 1,984)$ maka H_2 diterima dan H_0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil uji hipotesis F diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(71,567 > 2,70)$. Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikan $0,000 > 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



This is an open access article under the CC BY-SA license. Copyright © 2024 by Author. Published by Yayasan Pendidikan Mulia Buana (YPMB)

1. PENDAHULUAN

Dalam era perdagangan bebas dan globalisasi saat ini, bisnis menjadi semakin bersaing, terutama di sektor ritel. Pada umumnya sudah banyak bisnis retail yang berdiri mulai dari supermarket hingga hypermarket. Pada penelitian ini, peneliti akan meneliti sebuah supermarket bernama Aneka Buana. Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis, semakin penting bagi konsumen untuk waspada, terutama dalam hal jasa. Pelayanan yang diberikan harus memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan kepada konsumen sehingga puas terhadap pelayanan yang diberikan. Saat ini para pelaku bisnis mulai menyadari adanya perubahan orientasi, yaitu mempertahankan pelanggan yang sudah ada jauh lebih penting dibandingkan dengan mencari pelanggan baru. Untuk mendapatkan pelanggan baru, perusahaan harus mengeluarkan biaya promosi yang besar dan hasilnya pun belum tentu sesuai dengan harapan manajemen. Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba.

Swalayan merupakan salah satu sarana pemasaran produk perusahaan. Kegiatan yang dilakukan swalayan yaitu dengan menyediakan beraneka ragam jenis produk dari berbagai perusahaan (selaku produsen). Tetapi, swalayan juga dapat disebut sebagai perusahaan karena melakukan kegiatan penjualan produk yang beraneka ragam, serta pelayanan terhadap konsumen dengan menyediakan kebutuhan konsumen yang bertujuan untuk mendapatkan laba dari hasil penjualan produk secara optimal. Agar tujuan tersebut dapat tercapai dan dapat memenangkan persaingan di bidang usaha ini, setiap swalayan bersaing untuk memberikan pelayanan yang baik agar dapat memuaskan konsumen dan mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Karena konsumen sebagai sumber pendapatan dan merupakan faktor terpenting bagi swalayan.

Berkembangnya perekonomian menyebabkan semakin menjamurnya swalayan, sehingga berdampak kepada persaingan yang bertujuan menjaring pelanggan sebanyak mungkin untuk berbelanja. Oleh karena itu untuk memenuhi kepuasan pelanggan, tidak hanya bersaing harga tetapi kualitas pelayanan juga penting dikelola perusahaan dengan baik, kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Saat ini para pelaku bisnis mulai menyadari adanya perubahan orientasi, yaitu mempertahankan pelanggan yang sudah ada jauh lebih penting dibandingkan dengan mencari pelanggan baru. Alasan-alasan yang muncul ialah jika perusahaan mencari pelanggan baru, maka bujet yang diperlukan jauh lebih besar dibandingkan dengan bujet yang digunakan untuk mempertahankan pelanggan lama. Untuk mendapatkan pelanggan baru, perusahaan harus mengeluarkan biaya promosi yang besar dan hasilnya pun belum tentu sesuai dengan harapan manajemen. Sebaliknya usaha-usaha untuk mempertahankan pelanggan lama hanya diperlukan biaya yang relative rendah jika dibandingkan dengan budget promosi. Untuk mempertahankan pelanggan lama salah satunya ialah dengan cara melayani pelanggan lama sebaik mungkin, sehingga mereka merasa puas dengan produk/jasa layanan kita yang mereka pergunakan.

Tempat penelitian ini dilaksanakan di swalayan yang salah satunya di Swalayan Aneka Buana Pondok Labu Jakarta selatan yang tepatnya berada di Jl. RS. Fatmawati Raya No.15, RT.2/RW.1, Pd. Labu, Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12450. Aneka Buana merupakan salah satu bisnis retail Indonesia dalam kategori supermarket yang menerapkan cara-cara yang sesuai. Penawaran produk dari perusahaan Hal ini terlihat dari banyaknya usaha ritel di Negara ini, seperti Hari hari Swalayan dan Hypermarket, dan sebagainya, sehingga menyebabkan meningkatnya persaingan dunia usaha, khususnya usaha ritel. Oleh karena itu, perusahaan seharusnya lebih memperhatikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada konsumen, sehingga keberadaan mereka di pasar tidak tergerus oleh persaingan ketat.

Bisnis retail di Indonesia dapat dibedakan menjadi dua kelompok besar, yakni retail tradisional dan retail modern. Pada dasarnya retail modern adalah pengembangan dari retail tradisional. Format retail

modern di Indonesia sendiri terus berkembang seiring perkembangan perekonomian, teknologi, dan gaya hidup masyarakat yang membuat masyarakat menuntut kenyamanan yang lebih dalam berbelanja. Strategi yang diterapkan oleh Aneka Buana Pondok Labu belum optimal, dikarenakan tingkat intensitas pengunjung di Aneka Buana Pondok Labu masih fluktuasi.

Bisnis retail di Indonesia dapat dibedakan menjadi dua kelompok besar, yakni retail tradisional dan retail modern. Pada dasarnya retail modern adalah pengembangan dari retail tradisional. Format retail modern di Indonesia sendiri terus berkembang seiring perkembangan perekonomian, teknologi, dan gaya hidup masyarakat yang membuat masyarakat menuntut kenyamanan yang lebih dalam berbelanja. Strategi yang diterapkan oleh Aneka Buana Pondok Labu belum optimal, dikarenakan tingkat intensitas pengunjung di Aneka Buana Pondok Labu masih fluktuasi.

Dalam perjalanannya supermarket semakin meningkat baik dalam jumlah maupun pelayanan yang diberikan. Keadaan tersebut menyebabkan adanya persaingan pada bisnis retail. Akibatnya mau tidak mau para pengusaha bisnis retail tidak mempunyai pilihan lain kecuali memenangkan persaingan. Berkaitan dengan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen maka manajemen Swalayan Aneka Buana Pondok Labu Jakarta selatan dapat memberikan kepuasan konsumen dengan cara memenuhi kebutuhan dan keinginannya

Kepuasan pelanggan menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam kepuasan pelanggan sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan membangun merek kepada konsumen dengan strategi pemasaran, serta melakukan inovasi untuk variasi- variasi baru pada suatu produk. Peneliti mendapatkan fenomena tentang kepuasan pelanggan pada Aneka Buana Pondok Labu melalui data yang diperoleh dari konsumen, dimana fenomena ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhambat.

Adapun yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama dalam membentuk kepuasan pelanggan, pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas pelayanan yang maksimal secara langsung dapat memberikan harapan para konsumen secara maksimal. Melalui kualitas pelayanan yang baik maka dengan sendirinya para konsumen dapat memenuhi segala bentuk permintaan atas produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan para konsumen dengan sendirinya akan mendukung usaha dalam rangka untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh swalayan baik jangka pendek maupun jangka panjang. Masalah yang terjadi dalam Swalayan Aneka Buana dari konsumen yang pernah berkunjung di Swalayan Aneka Buana mengenai kualitas pelayanan yang kurang baik.

Harga merupakan pengurangan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Pemberian Harga merupakan bagian yang penting serta berpengaruh terhadap peningkatan hasil penjualan. serta ditunjang tempat yang strategis dan Kualitas Produk yang gencar merupakan faktor yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan minat beli konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Berdasarkan paparan di atas dan mengingat begitu pentingnya Kualitas Pelayanan dan Harga yang di duga dapat meningkatkan Kepuasan pelanggan, Di mana Kepuasan pelanggan akan menentukan ketercapaian tujuan Swalayan Aneka Buana Pondok Labu Jakarta selatan.

2. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kualitas Pelayanan

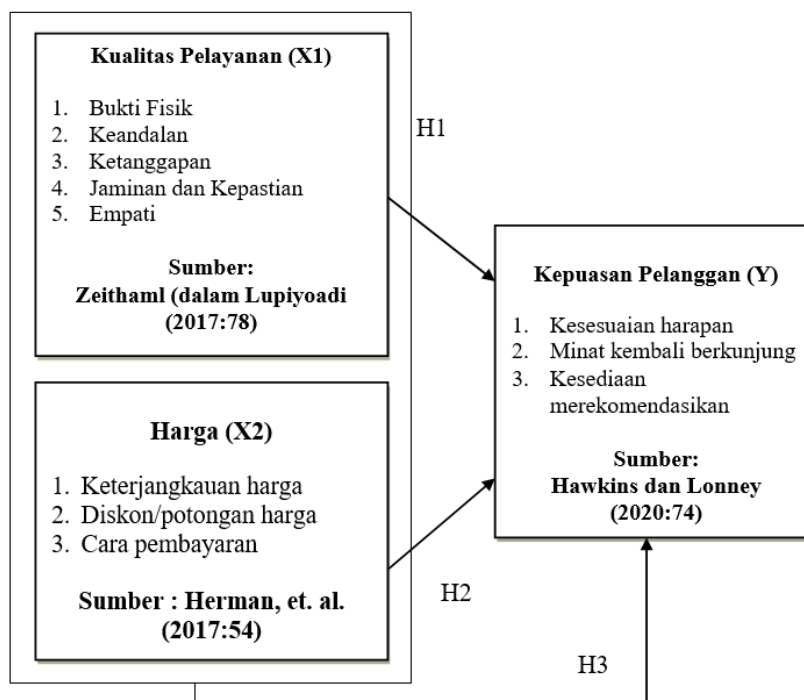
Menurut Kotler dan Keller (2019:180) "Kualitas pelayanan adalah keseluruhan fitur dan sifat produksi atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat". Wyckof (2015:59) kualitas pelayanan adalah tingkat keinginan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan Konsumen. Kualitas pelayanan, menurut Parasuraman yang dikutip oleh Jasfar (2019:50) "Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) Konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan Konsumen". Sementara Zeithaml dan Bitner (2015:34) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan penyampaian secara Excellent atau Superior pelayanan yang ditujukan untuk memuaskan Konsumen sesuai dengan persepsi dan harapannya. Berdasarkan dua definisi kualitas pelayanan di atas dapat diketahui bahwa terhadap dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) Konsumen dan pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) oleh Konsumen atau hasil yang dirasakan.

Harga

Kotler yang dikutip oleh Molan (2017:299) bahwa pengertian Harga yaitu pengurangan langsung dari harga barang pada pembelian selama suatu periode waktu yang dinyatakan. Soemarso (2017:162) juga menjelaskan bahwa "Potongan penjualan atau potongan tunai (cash discount) adalah Harga yang diberikan apabila pembayaran dilakukan lebih cepat dari jangka waktu kredit." Harga adalah pengurangan dari harga tercatat yang diajukan penjual kepada pembeli yang apakah tidak melakukan fungsi pemasaran tertentu atau melakukan fungsi pemasaran atau melakukan sendiri fungsi itu (McCarthy, 2019:362). Menurut Carthy yang dikutip oleh Arif Isnaini (2017;89), definisi Harga merupakan pengurangan dari harga daftar yang diberikan oleh penjual kepada pembeli yang juga mengorbankan fungsi pemasaran atau menyediakan fungsi tersebut untuk dirinya sendiri. Harga dapat menjadi alat yang bermanfaat dalam perencanaan strategi pemasaran.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Hawkins dan Lonney (2020:74) Kepuasan pelanggan yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan- harapannya.. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan sangat puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya jadi dan informasi pemasar dan sampai. Menurut Kotler (2017) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi /kesannya terhadap (kinerja atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut Hawkins dan Lonney (2020:74) Indikator kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut ini. Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang di- harapkan oleh pelanggan dengan yang di- rasakan oleh pelanggan. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait. Kesediaan merekomendasikan, merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Hipotesis

- H1: Diduga Terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Swalayan Aneka Buana Pondok Labu Jakarta Selatan.
- H2: Diduga Terdapat pengaruh yang signifikan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Swalayan Aneka Buana Pondok Labu Jakarta Selatan.
- H3: Diduga Terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Swalayan Aneka Buana Pondok Labu Jakarta Selatan.

3. METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, karena data yang menjadi objek dalam penelitian ini merupakan data-data kuantitatif yang berupa angka-angka yang dihasilkan dari skala likert (Sugiyono, 2017:13). Tempat penelitian ini dilakukan di Swalayan Aneka Buana Pondok Labu yang berlokasi Jl. RS. Fatmawati Raya No.15, RT.2/RW.1, Pd. Labu, Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12450. Dalam penelitian populasinya adalah konsumen Swalayan Aneka Buana Pondok Labu Sebanyak 12.347 orang Konsumen. Dengan teknik Slovin, diambil sampel sebanyak 99 pelanggan. Dalam penelitian ini kuesioner yang dibuat berupa pernyataan-pernyataan dimana masing-masing jawabannya mengacu pada skala Likert. Menurut Sugiyono (2017:277), regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependen*, bila dua atau lebih variabel *independen* sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi X1 - Y

Unstandardized Coefficients Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	19.272	2.608		7.390	.000
Kualitas Pelayanan (X1)	.624	.075	.645	8.304	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Berdasarkan tabel 1, sehingga diperoleh persamaan regresinya adalah sebagai berikut: $Y = 19,272 + 0,624 X1$ Nilai konstanta intersep sebesar 19,272 menyatakan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X1) maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 19.272. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0.624. Hal ini berarti jika variabel Kualitas Pelayanan (X1) akan meningkatkan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.624, dengan asumsi variabel Kualitas Pelayanan (X1) dianggap konstan.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi X2 - Y

Unstandardized Coefficients Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	20.765	2.133		9.737	.000
Harga (X2)	.523	.055	.695	9.524	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Berdasarkan tabel 2, sehingga diperoleh persamaan regresinya adalah sebagai berikut $Y = 20,765 + 0,523 X2$: Nilai konstanta intersep sebesar 20,765 menyatakan bahwa jika variabel Harga (X2) maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 20.765. Nilai koefisien regresi variabel Harga (X2) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0.523. Hal ini berarti jika variabel Harga (X2) akan meningkatkan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.523, dengan asumsi variabel Kualitas Pelayanan (X1) dianggap konstan.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda X1 dan X2 - Y

Unstandardized Coefficients Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	13.508	2.341		5.771	.000
Kualitas Pelayanan (X1)	.381	.073	.394	5.251	.000
Harga (X2)	.373	.056	.496	6.616	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel di atas, maka dapat diidentifikasi bahwa persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 13.508 + 0.381 X_1 + 0.373 X_2$

1. Nilai Konstanta $a = 13.508$ dapat diartikan bahwa jika Kualitas Pelayanan dan Harga bernilai nol maka Kepuasan Pelanggan bernilai positif sebesar 13.508.
2. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan $b_1 = 0.381$ dapat diartikan bahwa jika nilai Kualitas Pelayanan meningkat sebesar satu maka nilai Kepuasan Pelanggan juga akan meningkat sebesar 0.381.
3. Koefisien regresi Harga $b_2 = 0.373$ dapat diartikan bahwa jika Harga meningkat sebesar satu maka nilai Kepuasan Pelanggan juga akan meningkat sebesar 0.373.

Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Tabel 4. Hasil Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.645 ^a	.416	.409	6.04179

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) sebesar 0,645, masuk pada interval 0,500 - 0,750 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki tingkat hubungan yang kuat.

Tabel 5. Hasil Koefisien Korelasi Secara Parsial Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.695 ^a	.483	.478	5.68104

a. Predictors: (Constant), Harga (X2)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Harga (X2) sebesar 0,695, masuk pada interval 0,500 - 0,750 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Harga (X2) secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki tingkat hubungan yang kuat. nilai R Square sebesar 0.483, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 48.3% variabel Harga (X2) variabel memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dan sisanya sebesar 51.7% berpengaruh dengan faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 6. Hasil Koefisien Korelasi Secara Simultan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 ^a	.599	.590	5.03319

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) sebesar 0,774, masuk pada interval 0,750 - 0,990 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) secara simultan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai R Square sebesar 0.599, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 59.9% variabel Kualitas Pelayanan (X1), variabel Harga (X2) dan variabel memiliki pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dan sisanya sebesar 40.1% berpengaruh dengan faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. nilai R Square sebesar 0.416, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 41.6% variabel Kualitas Pelayanan (X1) variabel memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dan sisanya sebesar 58.4% berpengaruh dengan faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis Uji t (Parsial)

Tabel 7. Hasil Uji Regresi X1 dan X2 - Y

Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	13.508	2.341			5.771	.000
Kualitas Pelayanan (X1)	.381	.073	.394		5.251	.000
Harga (X2)	.373	.056	.496		6.616	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Dari tabel 7 diperoleh hasil perhitungan nilai uji t variabel Kualitas Pelayanan (X1) dengan t_{hitung} sebesar 5.251 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($5.251 > 1.984$) dan signifikansi lebih kecil dari 5% maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan(Y). Dari tabel 7 diperoleh hasil perhitungan nilai uji t variabel Harga (X2) dengan t_{hitung} sebesar 6.616 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($6.616 > 1.984$) dan signifikansi lebih kecil dari 5% (0.000) maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan(Y).

Uji F (Simultan)

Tabel 8 ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3626.030	2	1813.015	71.567	.000 ^b
	Residual	2431.970	96	25.333		
	Total	6058.000	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber: Hasil Olahan Data (SPSS 24), 2024

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 8 yakni uji ANOVA diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 71.567 sedangkan F_{tabel} (α 0,05) untuk $n = 96$ sebesar 2.70. Jadi $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} (α 0,05) atau $71.567 > 2.70$, dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 karena $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan(Y).

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan(Y) $Y = 19,272 + 0.624 X1$. Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,645, masuk pada interval 0,500 - 0,750 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pelanggan(Y) memiliki tingkat hubungan yang kuat. Berdasarkan tabel Model Summary yang menghasilkan nilai R Square sebesar 0.416, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 41.6% variabel Kualitas Pelayanan (X1) variabel memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pelanggan(Y) dan sisanya sebesar 58.4% berpengaruh dengan faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari tabel regresi diperoleh hasil perhitungan nilai uji t variabel Kualitas Pelayanan (X1) dengan t_{hitung} sebesar 5.251 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($5.251 > 1.984$) dan signifikansi lebih kecil dari 5% maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan(Y).

Dalam penelitian ini Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Sejalan dengan penelitian terdahulu dari Universitas Pamulang, Junaidi Abdillah. (2018) dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada senayan national golf clubjakarta. Berdasarkan hasil pengujian maka $t_{hitung} >$ t_{tabel} yaitu $11.283 > 1.988$ yang artinya bahwa H_0 ditolak dan

Ha diterima, artinya terdapat hubungan positif yang kuat dan signifikan antara kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Senayan National Golf Club.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan(Y) $Y = 20,765 + 0.523 X_2$. Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Harga (X2) sebesar 0,695, masuk pada interval 0,500 - 0,750 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Harga (X2) secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pelanggan(Y) memiliki tingkat hubungan yang kuat. Berdasarkan tabel Model Summary yang menghasilkan nilai R Square sebesar 0.483, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 48.3% variabel Harga (X2) variabel memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pelanggan(Y) dan sisanya sebesar 51.7% berpengaruh dengan faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari tabel regresi diperoleh hasil perhitungan nilai uji t variabel Harga (X2) dengan thitung sebesar 6.616 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena thitung lebih besar ttabel ($6.616 > 1.984$) dan signifikansi lebih kecil dari 5% (0.000) maka Ha diterima dan H0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan(Y).

Dalam penelitian ini Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu dari Universitas Pamulang, Andrian Apriansyah Andrian Apriansyah. (2020) dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Nissa Make Up di Ciledug. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Nissa Make Up di Ciledug. Kemudian Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen pada Nissa Make Up di Ciledug. Harga dan Kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada Nissa Make Up.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan(Y) $Y = 13,508 + 0.381 X_1 + 0.373 X_2$. Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) sebesar 0,774, masuk pada interval 0,750 - 0,990 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) secara simultan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan(Y) memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Berdasarkan tabel Model Summary yang menghasilkan nilai R Square sebesar 0.599, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 59.9% variabel Kualitas Pelayanan (X1), variabel Harga (X2) dan variabel memiliki pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan(Y) dan sisanya sebesar 40.1% berpengaruh dengan faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas yakni uji ANOVA diperoleh nilai Fhitung sebesar 71.567 sedangkan Ftabel ($\alpha 0,05$) untuk $n = 96$ sebesar 2.70. Jadi Fhitung > dari Ftabel ($\alpha 0,05$) atau $71.567 > 2.70$, dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 karena $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan(Y).

Dalam penelitian ini Kualitas pelayanan dan Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu dari Universitas Pamulang, Andrian Apriansyah Riri Oktarini (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang. Kualitas pelayanan dan harga Secara simultan dengan menggunakan uji F diketahui memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Go-jek di Kota Tangerang.

5. PENUTUP

Terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan thitung sebesar 5.251 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena thitung lebih besar ttabel ($5.251 > 1.984$) dan signifikansi lebih kecil dari 5% maka Ha diterima dan H0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan(Y). Terdapat pengaruh yang signifikan Harga (X2) Kepuasan Pelanggan (Y) dengan thitung sebesar 6.616 dan signifikansi sebesar 0.000. Karena thitung lebih besar ttabel ($6.616 > 1.984$) dan signifikansi lebih kecil dari 5% (0.000) maka Ha diterima dan H0 ditolak, dapat dinyatakan bahwa Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan(Y). Terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan(Y) Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas yakni uji ANOVA diperoleh nilai Fhitung sebesar 71.567 sedangkan Ftabel ($\alpha 0,05$) untuk $n = 96$ sebesar 2.70. Jadi Fhitung > dari Ftabel ($\alpha 0,05$) atau $71.567 > 2.70$, dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 karena $0,000 < 0,05$, maka dapat

dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan(Y).

6. DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, A. rahman R., Wadud, M., & DP, M. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(1).
- Aria, M., & Atik, L. I. (2018). Tata Kelola Administrasi untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi di PT BAM Kabupaten Tegal. *Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Meda (Juripol)*, 1(1).
- Ariandi, M. Z. (2018). Pengaruh Lokasi dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Garuda Medan.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2).
- Awang, M. Y., Peny, T. L., Maruli, E., & Anigomang, F. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi di Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(23), 767-778.
- Barus, Y. Y., Sinaga, R. V., & Sagala, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Milala Service Station Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 20(1).
- Hanggita, A. T. (2018). Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Jasa pada UMKM di Kecamatan Paciran. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(2).
- Haryoko, U. B. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1).
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *IJSE (Indonesian Journal on Software Engineering)*, 5(1).
- Indrasari, Y. (2019). Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Jasa Pengiriman Barang PT. Pos Indonesia Cabang Malang. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 11(1).
- Jumrotul, L. E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(1).
- Lie, D., Butarbutar, M., Simatupang, S., Efendi, Damanik, H. A., & Silaen, M. F. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Baravi Pematangsiantar. *Strategic: Journal of Management Sciences*, 1(2).
- Maddinsyah, A., Solihin, D., & Widodo, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BTN KC Tangerang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 6(3), 557-566.
- Majid, A., V. A. F., Oktavianti, A. E., Rista, M. A., & Santika, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Rocket Chicken Cabang Lamongan). *Journal of Economic, Management, and Business Research (JEMBER)*, 2(1).
- Ningtiyas, T. S. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang. *IQTISHADEquity Jurnal Manajemen*, 2(1).
- Oliver, J. (2017). Pengertian Kepuasan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Pio, J., Mamuaya, N. Ch., & Angmalisang, S. (2022). Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Janji Jiwa Jilid 667 Tomohon. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3).
- Purwanti, A., & Wahdiniwaty, R. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kewajaran Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cinderella School of English for Children di Bandung. *JIMM Unikom*, 3.

- Ramadhan, A., & Solihin, D. (2024). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 19-26.
- Rasyid, H. Al. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *ECODEMICA: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(2).
- Sejati, B. S. A., & Yahya. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(3).
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen "Best Autoworks." *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 1(6).
- Sholikah, I., Safitri, U. R., & Ariestanto, A. F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Paras Snack di Kabupaten Boyolali Tahun 2019). *Ekobis: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(2).
- Solihin, D., & Yunisa, F. F. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Md Frozen Food di Pasar Ciputat Tangerang Selatan. *Jurnal Arastirma*, 3(1), 206-216.
- Surti, I., & Anggraeni, F. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Scientific Journal of Reflection*, 3(3).
- Sutanto, E. B., & Solihin, D. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Netciti Persada Area Alam Sutera Kota Tangerang. In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen* (Vol. 2, No. 1).
- Suyitno, A., & Sudarso, I. (2019). Desain Peningkatan Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Metode Servqual dan IPA Di Underpass Cafe. *Prosiding SENIATI*, 5(1).
- Wulandari, N. (2017). Analisis pengaruh kualitas produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kopikita Semarang) [Skripsi]. Universitas Diponegoro.
- Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1).