

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO SUMBER RIZKI CILACAP JAWA TENGAH

Dede Solihin¹, Yudi Setiyawan²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: ¹ dosen02447@unpam.ac.id

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
e-mail: ² setiawany849@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the influence of price and service quality on customer satisfaction at Sumber Rizki Cilacap store, Central Java, partially or simultaneously. The research method used is quantitative. The population in this study is 19,300. The number of samples used was 100 respondents. The data sources in the study are primary data through surveys, interviews, and questionnaires and secondary data in the form of literature studies and documentation. The data collection method is by way of questionnaire while the data analysis method is by means of multiple linear regression. The results of this study are (1) Partially there is a positive and significant influence between price and customer satisfaction at the Rizki Cilacap Source Store Central Java, this can be proven from the simple linear regression equation $Y=3.260+0.654X_1$, Correlation value of 0.895. The value of the determination coefficient was 80.0%, and the value of t calculated was $19.824 > t$ table 1.984 with a significance of $0.000 < 0.05$ (2) Partially there was a positive and significant influence between service quality and customer satisfaction at Sumber Rizki Cilacap Store Central Java, this can be proven from the simple linear regression equation $Y=3.246+0.538X_2$. The correlation value was 0.879. The value of the determination coefficient is 77.3%, and the value of t is calculated $18.255 > t$ table 1.984 with a significance of $0.000 < 0.05$, (3) Simultaneously there is a positive and significant influence between price and service quality on customer satisfaction at Sumber Rizki Cilacap Store Central Java, this can be proven from the multiple linear regression equation $Y=2.707+0.430X_1+0.200X_2$. The value of the determination coefficient was 81.3%. The correlation value was 0.902. As well as the F value calculated $210.536 > F$ table 3.09 with a significant level of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Price, Service Quality, and Customer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko Sumber Rizki Cilacap Jawa Tengah secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi pada penelitian ini yaitu 19.300. Jumlah sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Sumber data pada penelitian adalah Data primer melalui survei, wawancara, dan kuesioner dan data sekunder yang berupa studi kepustakaan dan dokumentasi. Metode pengumpulan data dengan cara kuesioner sedangkan metode analisis data dengan cara regresi linear berganda. Hasil penelitian ini adalah (1) Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada Pada Toko Sumber Rizki Cilacap Jawa Tengah, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana $Y=3,260+0,654X_1$, Nilai korelasi sebesar 0,895. Nilai

koefisien determinasi sebesar 80,0%, dan nilai t hitung $19,824 > t$ tabel 1,984 dengan signifikan $0,000 < 0,05$ (2) Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Sumber Rizki Cilacap Jawa Tengah, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana $Y=3,246+0,538X_2$. Nilai korelasi sebesar 0,879. Nilai koefisien determinasi sebesar 77,3%, dan nilai t hitung $18,255 > t$ tabel 1,984 dengan signifikan $0,000 < 0,05$, (3) Secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Sumber Rizki Cilacap Jawa Tengah, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier berganda $Y=2,707+0,430X_1+0,200X_2$. Nilai koefisien determinasi sebesar 81,3%. Nilai korelasi sebesar 0,902. Serta nilai F hitung $210,536 > F$ tabel 3,09 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan

1. PENDAHULUAN

Kemajuan di bidang perekonomian selama ini telah banyak membawa perkembangan yang pesat dalam bidang usaha. Sejalan dengan itu banyak bermunculan berbagai jenis perusahaan yang bergerak di berbagai bidang usaha, di antaranya adalah usaha grosir atau eceran. Pada dasarnya, bisnis retail adalah bisnis yang melibatkan penjualan barang atau jasa kepada konsumen dalam jumlah satuan atau eceran.

Di Indonesia, pertumbuhan ritel mengalami pertumbuhan yang pesat. Berdasarkan tingkat modernisasi, bisnis ritel dapat diklasifikasikan dalam ritel tradisional dan modern. Bisnis ritel tradisional berupa toko-toko yang menyediakan kebutuhan pokok harian masyarakat disekitar, dijalankan oleh perorangan sesuai keinginan dan pengetahuan dari pemilik, berbeda dengan bisnis ritel modern dijalankan oleh perorangan atau kelompok pengusaha dan memiliki standar tertentu (Chaniago dan Mulyawan, 2019:201). Bentuk ritel tradisional berupa: toko-toko, warung, outlet yang menjual kebutuhan konsumen. Sebaliknya ritel modern, contohnya: minimarket, supermarket, hypermart, dan lain-lain yang memiliki modal yang cukup besar. Di masa kini kehadiran bisnis ritel modern mulai banyak ditemukan di berbagai daerah, hal ini akan sangat berpengaruh terhadap bisnis ritel tradisional yang ada di Indonesia.

Berdasarkan data dari Euromonitor, jumlah toko ritel di Indonesia sebanyak 3,98 juta unit pada tahun 2022, jumlah itu menurun 0,9% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 4,02 juta unit. Berdasarkan jenisnya toko ritel tradisional menjadi ritel yang paling banyak di Indonesia, jumlahnya tercatat sebanyak 3,94 juta

unit. Jumlah itu setara dengan 98,78% dari seluruh ritel yang berada di dalam negeri. Tetapi, jumlah ritel tradisional mengalami penurunan 1% dibandingkan pada tahun 2021 yang sebanyak 3,97 juta unit (Rizaty, 2022). Munculnya toko modern atau ritel besar seperti pusat perbelanjaan akan mempengaruhi toko-toko kecil. Namun pada kenyataannya masyarakat kebanyakan lebih memilih berbelanja di ritel modern dari pada di ritel tradisional, dari berbagai pertimbangan seperti kenyamanan saat berbelanja, kebersihan, dan kualitas barang yang tersedia di ritel modern (Triyawan, 2018:2). Untuk masyarakat kalangan menengah kebawah, pasti mereka akan mencari toko yang memiliki harga relatif lebih rendah yang ada disekitar mereka serta yang mereka anggap bahwa toko tersebut lengkap akan produk-produk yang dijual toko tersebut. Jarak yang dekat dengan masyarakat juga menjadi salah satu faktor utama karena toko ritel tradisional sudah tersebar luas di berbagai daerah di Indonesia.

Toko Sumber Rizki merupakan toko ritel tradisional yang dapat melayani grosir maupun eceran. Toko Sumber Rizki menjual berbagai kebutuhan pokok yang di butuhkan masyarakat pada umumnya, produk yang dijual ditoko ini beragam mulai dari perlengkapan bayi, makanan, berbagai minuman dan yang paling utama adalah bahan pokok sembako. Toko yang berdiri kurang lebih 20 tahunan ini masih eksis hingga sekarang, berlokasi di jalan kendeng, kecamatan Kesugihan, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah berada di pinggir jalan raya di komplek pasar pahing kiripan. Semakin berkembang dan bertambahnya toko-toko yang berdiri disekitarnya, Toko Sumber Rizki harus mampu mempertahankan kepuasan pelangga

yang dapat dilihat dari segi pengaruh harga dan kualitas pelayanan yang dapat dianalisis kelemahan atau masalah yang terdapat di toko ini.

Kepuasan pelanggan muncul ketika pelanggan tersebut merasakan senang atau kecewa sesudah membandingkan hasil suatu produk yang diperoleh sesuai dengan harapannya. Menurut Suprpto (2019:224) berpendapat bahwa “kepuasan pelangga ditentukan oleh kualitas barang/jasa yang dikehendaki pelanggan sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi perusahaan, yang pada saat ini khususnya dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan”. Kepuasan atau rasa senang yang tinggi menciptakan ikatan emosional dengan merek atau perusahaan yang bersangkutan. Pelanggan yang merasa puas dengan produk yang diterima akan membeli kembali produk tersebut dikemudian hari. Banyak faktor yang bisa mempengaruhi konsumen merasakan kepuasan antara lain kualitas pelayanan dan harga yang terjangkau. Salah satu faktor yang menunjang kepuasan yaitu dengan memberikan harga yang sesuai dengan harapan pelanggan.

Tabel 1. 1
 Data Jumlah Pengunjung Toko Sumber Rizki Tahun 2019-2023

Tahun	Jumlah Pengunjung
2019	18.672
2020	15.144
2021	18.023
2022	16.225
2023	19.300

Sumber: Jumlah pelanggan Toko Sumber Rizki tahun 2019-2023

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa Toko Sumber Rizki mengalami fluktuatif dari jumlah pengunjung dari 5 tahun terakhir mulai dari 2019-2023. Pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 3.528 pengunjung. Pada tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar 2.879 pengunjung dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2022 mengalami penurunan lagi dari jumlah pengunjung sebanyak 17,98%. Dan pada tahun 2023 mengalami kenaikan yang cukup signifikan yaitu sebesar 3.075 pengunjung.

Mengenai kepuasan pelanggan, peneliti melakukan pra-survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 40 responden. Berdasarkan penyebaran kuesioner tersebut diperoleh data pada Tabel 1.2 :

Tabel 1. 2
 Hasil Kuesioner Pra-Survey Mengenai Kepuasan Pelanggan Toko Sumber Rizki Cilacap Jawa Tengah

No.	Indikator Pertanyaan	Jawaban				Jumlah Pelanggan	
		Ya	%	Tidak	%		
Kesesuaian harapan							
1.	Kualitas Pelayanan yang diberikan karyawan Toko Sumber Rizki sudah memuaskan harapan pelanggan.	22	55%	18	45%	40	100%
2.	Kualitas produk yang ditawarkan Toko Sumber Rizki memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan.	21	52,5%	19	47,5%	40	100%
Minat berkunjung kembali							
3.	Pelanggan merasa puas dan akan kembali membeli di Toko Sumber Rizki dalam dua atau tiga hari lagi.	20	50%	20	50%	40	100%
4.	Pelayanan yang diberikan Toko Sumber Rizki membuat pelanggan ingin kembali.	16	40%	24	60%	40	100%
Kesediaan merekomendasikan							
5.	Pelanggan bersedia merekomendasikan Toko Sumber Rizki kepada teman atau keluarganya berdasarkan pengalaman berbelanja.	19	47,4%	21	52,5%	40	100%
6.	Pelanggan bersedia mereferensikan Toko Sumber Rizki kepada teman atau keluarganya berdasarkan tingkat pelayanan yang diberikan.	18	45%	22	55%	40	100%

Sumber: Data Pra-Survey di Toko Sumber Rizki (2024)

Dari hasil pra-survey di atas tentang variable kepuasan pelanggan, Toko Sumber Rizki sudah cukup baik dalam hal memenuhi kebutuhan masyarakat akan kebutuhan yang mereka cari, karena menurut pra-survey dari 40 responden sebanyak 22 responden sudah merasa puas berbelanja di Toko Sumber Rizki karena kualitas pelayanan yang diberikan, sedangkan 18 responden menganggap belum merasa puas. Responden juga sudah merasa puas dengan indikator kualitas prodak diberikan oleh Toko Sumber Rizki dalam memenuhi harapan pelanggan terbukti dengan 21 responden merasa puas, tetapi sebesar 19 responden masih belum merasa puas. Namun dalam hasil pra-survey tentang indikator pelayanan yang diberikan Toko Sumber Rizki membuat pelanggan ingin kembali, sebanyak 24 responden menjawab tidak. Begitu pula dengan kesediaan mereka untuk merekomendasikan Toko Sumber Rizki soal Tingkat pelayanan kepada orang lain, dari 40 responden hanya sebesar 18 responden yang merekomendasikan Toko Sumber Rizki kepada orang lain dan sebesar 22 sisanya tidak merekomendasikan Toko Sumber Rizki kepada orang lain karena Tingkat pelayanannya.

Harga berkaitan dengan nilai suatu produk yang dijual dengan menukarkan dengan sejumlah uang oleh konsumen. Konsumen saat ini sangat sensitif terhadap harga suatu produk, suatu produk akan lebih mudah diterima konsumen ketika harga produk tersebut bisa dijangkau oleh konsumen. Harga adalah angka atau jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh suatu barang ataupun jasa, ini mencerminkan nilai relatif dari barang atau jasa tersebut di pasar. Menurut Kotler & Armstrong (2018:308) harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Harga dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk biaya produksi, permintaan konsumen, penawaran produsen, persaingan, dan faktor-faktor ekonomi lainnya. Banyak konsumen yang menginginkan harga terjangkau dengan kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhannya, untuk merasakan tersebut konsumen akan cenderung membandingkan harga dari satu tempat dengan yang lainnya untuk mencari harga yang lebih murah. Jika apa yang telah diharapkan sesuai kemauan konsumen, maka mereka akan mempunyai keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain.

Pra-survey juga dilakukan terhadap variabel harga, karena penentuan harga produk maupun jasa yang dilakukan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Harga juga dapat menarik pelanggan untuk datang membeli dan merasakan produk atau jasa yang perusahaan tersebut tawarkan. Bersama ini peneliti juga melampirkan data perbandingan harga Toko Sumber Rizki dengan toko yang lainnya.

Tabel 1. 3
Hasil Perbandingan Harga Toko Sumber Rizki dan Toko Cehin Grosir&Retail

No	Nama Produk	Harga (Rp)	
		Toko Sumber Rizki	Toko Cehin Grosir & Retail
1.	Telur Ayam 1 kg	25.500	25.000
2.	Tepung Terigu 1kg	7.900	7.800
3.	Gula Pasir 1kg	7.850	7.500
4.	Minyak Goreng 1kg	15.500	14.000
5.	Aqua 600 ml	2.500	2.100
6.	Mi Sedap Goreng	2.900	2.900
7.	Mi Sedap Ayam Bawang	2.700	2.800
8.	Hatari See Hong Puf 260 gr	6.200	5.900
9.	Roma Kelapa	8.500	8.100
10.	Djarum Super	23.000	22.850
11.	Djarum 76 Kretek	13.700	13.500
12.	Sabun Harmony Papaya	2.300	2.100
13.	Sabun Lifebuoy	2.800	2.800
14.	Sabun GIV Smooth Touch	2.500	2.750
15.	Pepsodent 75g	4.700	4.500

Sumber: Survei harga pada Toko Sumber Rizki dan Toko Cehin oleh penulis (2024)

Berdasarkan data diatas menunjukkan informasi bahwa dengan produk yang serupa di toko yang berbeda yaitu Toko Sumber Rizki dan Toko Cehin Grosir & Retail, ada beberapa produk yang mempunyai harga sama, lebih murah, dan juga ada yang lebih mahal. Seperti produk Mi Sedap Goreng di kedua toko tersebut memberikan harga yang sama yaitu sebesar Rp. 2.900, kemudian ada beberapa produk seperti Sabun GIV Smooth Touch dan Mi Sedap Ayam Bawang di Toko Sumber Rizki memberikan harga yang lebih murah dibanding dengan Toko Cehin Grosir & Retail. Tetapi beberapa produk seperti Telur Ayam 1kg, Tepung Terigu 1kg, Gula Pasir 1kg, Minyak goreng 1kg, Aqua 600 ml, Roma Kelapa di Toko Sumber Rizki dibandrol sedikit lebih mahal dari pada kompetitornya Toko Cehin Grosir & Retail. Disatu sisi bahkan ada produk yang mempunyai perbedaan harga yang cukup tinggi seperti Aqua 600 ml, di Toko Cehin Grosir & Retail memberikan harga sebesar Rp. 2.100, sedangkan di Toko Sumber Rizki seharga Rp. 2.500 dan harga Minyak Goreng 1kg di Toko Cehin Grosir & Retail dibandrol dengan harga Rp. 14.000, sementara di Toko Sumber Rizki dibandrol dengan harga Rp. 15.500. Disini kebanyakan produk yang dijual oleh Toko Sumber Rizki mempunyai harga yang lebih mahal dibandingkan dengan harga produk di Toko Cehin Grosir & Retail. Selain meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan juga bisa didapat dari keterjangkauan harga.

Pelayanan terhadap pelanggan merupakan unsur yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Arianto (2018:83) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketetapan waktu untuk memenuhi harapan

pelanggan. Pada dasarnya posisi pelayanan merupakan faktor kepuasan pelanggan. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan penting dikelola oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan dalam bisnis retail yang kuat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diinginkan oleh para pelanggan adalah kualitas produk yang memadai, kenyamanan, keamanan, ketenangan, dan kualitas pelayanan yang memuaskan sehingga manajemen harus memikirkan bagaimana kualitas pelayanan yang baik pada saat ini agar bias terus berkembang dari kelancaran bisnis dimasa yang akan datang.

Salah satu cara meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan harga yg sesuai. Bersama ini penulis lampirkan data pra-survey mengenai kualitas pelayanan di Toko sumber Rizki Cilacap Jawa Tengah.

Tabel 1. 4
 Hasil Kuesioner Pra-Survey Mengenai Kualitas Pelayanan
 Di Toko Sumber Rizki Cilacap Jawa Tengah

No.	Indikator Pertanyaan	Jawaban				Jumlah Pelanggan	
		Ya	%	Tidak	%		
Bukti fisik (Tangible)							
1	Karyawan toko Sumber Rizki berpenampilan sopan.	30	75%	10	25%	40	100%
Empati (Empathy)							
2	Karyawan toko sumber Rizki selalu menawarkan promo-promo menarik pada pelanggan.	15	37,5%	25	62,5%	40	100%
Keandalan (Reliability)							
3	Kasir cepat dalam melayani pembayaran.	14	35%	26	65%	40	100%
Daya tanggap (Responsiveness)							
4	Karyawan toko ini memberikan respon yang cepat terhadap pertanyaan yang pelanggan berikan	20	50%	20	50%	40	100%
Jaminan (Assurance)							
5	Toko Sumber Rizki memberikan jaminan kepada pelanggan terhadap barang yang rusak atau cacat.	13	32,5%	27	67,5%	40	100%

Sumber: Data Pra-Survey di Toko Sumber Rizki (2024)

Dari hasil pra-survey tentang variabel kualitas pelayanan diatas, menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Toko Sumber Rizki sudah cukup baik, hanya saja beberapa indikator seperti pelayanan pembayaran dari 40 responden, sebanyak 26 responden berpendapat bahwasanya kasir kurang cepat dalam menangani pembayaran. Sebanyak 25 pelanggan dari 40 responden juga menyatakan bahwa karyawan Toko Sumber Rizki tidak menawarkan promo-promo menarik kepada pelanggan. Dalam

indikator respon karyawan terhadap pertanyaan yang diberikan pelanggan, terdapat 20 pelanggan masih mengatakan karyawan kurang merespon pertanyaan yang pelanggan berikan dan sebanyak 20 responden menyatakan karyawan Toko Sumber Rizki sudah sigap dan cepat terhadap pertanyaan yang diberikan oleh pelanggan. Berdasarkan penjelasan tersebut, banyak yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Toko Sumber Rizki sudah cukup baik, tetapi masih cukup banyak juga yang menyatakan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Toko Sumber Rizki masih kurang memuaskan.

2. PENELITIAN YANG TERKAIT

Elizabeth Tika Kristina Hartuti, Abdul Basit Universitas Pamulang, Tangerang Selatan Vol. 3 No. 3 September 2022 p-ISSN: 2775-1880, e-ISSN: 2775-1872 Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Hairnerds Professional Pada Cv. Hairnerds Group Di Jakarta Barat Untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Kualitas Produk secara parsial maupun simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hairnerds Professional Pada Cv. Hairnerds Group Di Jakarta Barat Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. (2) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan (3) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.

Gloria J.M Sianipar Dosen Tetap Universitas HKBP Nommensen Medan Vol. 3 No. 1 Februari 2019 ISSN. 2550-0414 Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Alfamart (Studi Kasus Pada Konsumen Alfamart di Perumnas Mandala Medan) Untuk Mengetahui Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Alfamart (Studi Kasus Pada Konsumen Alfamart di Perumnas Mandala Medan) Hasil penelitian membuktikan bahwa Harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan yang dilakukan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Febriza Ninda Wahyono, Redy Adhi Saputra, SE., MM STIE Tri Bhakti Bekasi Vol. 5

No. 2 (2023) ISSN : 2656 – 1298 Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warbon Kopi. Untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warbon Kopi Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dari Warbon Coffee.

Rukmawaty Muta'al, Ade Ariswildani A STAI DDI Pangkep, Sulawesi Selatan Vol. 1 No. 1 (2023) P-ISSN: 2986-6790, e-ISSN: 2986-6782 Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Mulia Jaya Tondongkura Kecamatan Tondong Tallasa Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan Untuk mengetahui Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Mulia Jaya Tondongkura Kecamatan Tondong Tallasa Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Toko Mulia Jaya Tondongkura Kecamatan Tondong Tallasa Kabupaten Pangkep.

Siti Solikha dan Imam Suprpta STIE Muhammadiyah Jakarta Vol. 10 No.1 (2020) p-ISSN: 2088-219X e-ISSN: 2716-3830 Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT.Go-jek) Untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT.Go-jek) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua hipotesis dapat diterima, 1) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.2) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

Adam Ramadhan, Dede Solihin Universitas Pamulang, Tangerang Selatan Vol. 1 No.1, Bulan Maret Tahun 2024 P-ISSN:3046-9910 E-ISSN:3046-8884 Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Sumber Alfaria Trijaya TBK Untuk mengetahui Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Sumber Alfaria Trijaya TBK Hasil penelitian menunjukkan secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi dan kualitas pelayanan

terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumber Alfaria Trijaya TBK.

N. L. P. Dea Alvionita Sari, N. M. Dwi Ariani Mayasari Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja Vol. 4 No. 1, Bulan April Tahun 2022 P-ISSN: 2685-5526 Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. Untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. Hasil penelitian menunjukkan Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa.

Rochmad Fajar Darmanto, Anik Ariyanti Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta Vol. 22 No. 01 – APR 2020 p-ISSN 1411-710X e-ISSN 2620-388X Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Boedjangan Bintara. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Boedjangan Bintara Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan suasana berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bakso Boedjangan Bintara.

Inang Sriwanti Soge Garoda Universitas Gunadarma, Jakarta Vol. 6, No. 6, Juni 2021 p-ISSN: 2541-0849 e-ISSN: 2548-1398 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran McDonald's Cijantung. Untuk mengetahui Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran McDonald's Cijantung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan, harga, promosi dan lokasi secara serentak (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan restoran McDonald's Cijantung.

Nabila Al Kadrie, Bambang Hadi Santoso Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya Vol. 7, No. 12, Desember 2018 e-ISSN : 2461-0593 Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sakinah Supermarket Surabaya. Untuk mengetahui Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sakinah Supermarket

Surabaya. Hasil pengujian dari penelitian ini dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan dengan menggunakan uji kelayakan model menunjukkan hasil model layak digunakan untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

3. METODE PENELITIAN

a. Uji Instrumen Data

Analisis data ini dilakukan setelah data diperoleh dari sampel melalui instrumen, dan akan digunakan untuk menjawab masalah dalam penelitian atau untuk menguji hipotesis yang diajukan.

1) Uji Validitas

Sugiyono (2019) menyatakan suatu skala atau instrumen pengukuran dapat dikatakan valid apabila alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa saja yang diukur. Jika r -hitung $>$ r -tabel maka instrumen dikatakan valid. Jika r -hitung $<$ r -tabel maka instrumen dikatakan tidak valid. Adapun rumus yang digunakan dalam melakukan pengujian ini

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Susan Stainback (1998) dalam Sugiyono (2015:267-268) menyatakan bahwa reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistic (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Rumus reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus metode cronbach alpha

$$rca = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum S_i^2}{\sum St}\right)$$

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki residual yang berdistribusi normal atau tidak. Indikator model regresi yang baik adalah memiliki data terdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel independen (bebas).

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018:120).

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah hubungan antara residual satu observasi dengan residual observasi lainnya (Winarno, 2015:5.29).

c. Analisis Regresi Linier

1) Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah regresi linear dimana variabel yang terlibat di dalamnya hanya dua, yaitu variabel terikat Y, dan satu variabel bebas X serta berpangkat satu.

$$Y = a + b.X$$

2) Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2017:275) analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, apabila peneliti meramalkan bagaimana naik turunnya keadaan variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dinaik turunkan nilainya (dimanipulasi).

$$Y = (a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \epsilon)$$

d. Uji Koefisien Korelasi

Menurut Sugiyono (2018:286) korelasi parsial digunakan untuk analisis atau pengujian hipotesis apabila peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel independen dengan dependen, dimana salah satu variabel independennya dikendalikan (dibuat tetap). Perhitungan korelasi parsial dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut

$$R_{y_{x_1}.x_2} = \frac{ry_{x_1} - ry_{x_2} \cdot rx_1x_2}{\sqrt{1 - r^2_{x_1x_2}} \sqrt{1 - r^2_{yx_2}}}$$

e. Analisis Koefisien Determinasi

Dalam penelitian ini, analisis determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menerangkan variasi variabel dependen. Untuk mengetahui nilai dari koefisien determinasi, maka dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut

$$KD = r^2 \times 100\%$$

f. Uji Hipotesis

1) Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2017:22). Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikan < 0,05 maka Ha diterima dan H0 ditolak, berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai signifikan > 0,05 maka Ha ditolak dan H0 diterima, berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen. Hipotesis akan diuji dengan menggunakan tingkat signifikansi (a) sebesar 5 persen atau 0.05.

Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis akan didasarkan pada nilai

probabilitas signifikansi. Jika nilai probabilitas signifikansi < 0.05, maka hipotesis diterima. Hal ini berarti model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel independen. Jika nilai probabilitas signifikansi > 0.05, maka hipotesis ditolak. Hal ini berarti model regresi tidak dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

Tabel 4.9
 Uji Validitas Harga (X1)

No.	Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keputusan
1.	Harga yang ditawarkan oleh toko Sumber Rizki terjangkau dikalangan masyarakat.	0,603	0,1965	Valid
2.	Harga yang ditawarkan toko Sumber Rizki dikategorikan masih wajar.	0,578	0,1965	Valid
3.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas barang yang dijual.	0,517	0,1965	Valid
4.	Harga yang ditetapkan oleh toko Sumber Rizki sesuai dengan fasilitas yang tersedia.	0,643	0,1965	Valid
5.	Harga produk di toko Sumber Rizki sepadan dengan manfaat yang dirasakan pelanggan.	0,489	0,1965	Valid
6.	Harga yang ditetapkan sudah sesuai keinginan pelanggan.	0,601	0,1965	Valid
7.	Harga barang yang ditawarkan oleh toko Sumber Rizki lebih terjangkau dari kompetitor.	0,632	0,1965	Valid
8.	Harga Produk di Toko Sumber Rizki sangat kompetitif dan mampu bersaing dengan kompetitor.	0,808	0,1965	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut dapat diketahui bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,1965, dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam indikator variabel Harga adalah valid. Sehingga tidak ada item pernyataan yang dihapus dan semua item pernyataan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian.

Tabel 4. 10
 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

No.	Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keputusan
1.	Karyawan Toko Sumber Rizki berpenampilan sopan.	0,799	0,1965	Valid
2.	Toko Sumber Rizki bersih dan nyaman untuk berbelanja.	0,756	0,1965	Valid
3.	Kasir cepat dalam melayani pembayaran.	0,765	0,1965	Valid
4.	Karyawan Toko Sumber Rizki memberikan pelayanan yang ramah.	0,749	0,1965	Valid
5.	Karyawan Toko Sumber Rizki memberikan respon yang cepat terhadap pertanyaan yang pelanggan berikan.	0,720	0,1965	Valid
6.	Karyawan Toko Sumber Rizki selalu sigap terhadap masalah yang dihadapi pelanggan saat berbelanja.	0,666	0,1965	Valid
7.	Toko Sumber Rizki memberikan jaminan kepada pelanggan terhadap barang yang rusak atau cacat.	0,605	0,1965	Valid
8.	Jaminan rasa aman saat berbelanja di Toko Sumber Rizki.	0,750	0,1965	Valid
9.	Karyawan toko Sumber Rizki sering membantu saya menemukan produk yang saya cari.	0,715	0,1965	Valid
10.	Karyawan toko Sumber Rizki selalu menawarkan promo-promo menarik kepada pelanggan.	0,737	0,1965	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut dapat diketahui bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,1965, dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam indikator variabel Kualitas Pelayanan (X2) adalah valid. Sehingga tidak ada item pernyataan yang dihapus dan semua item pernyataan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian.

Tabel 4. 11
 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (X2)

No.	Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keputusan
1.	Kualitas pelayanan yang diberikan karyawan Toko Sumber Rizki sudah memuaskan harapan pelanggan.	0,803	0,1965	Valid
2.	Kualitas produk yang ditawarkan Toko Sumber Rizki memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan.	0,725	0,1965	Valid
3.	Pelanggan merasa puas dan akan kembali membeli di Toko Sumber Rizki dalam dua atau tiga hari lagi.	0,730	0,1965	Valid
4.	Pelayanan yang diberikan Toko Sumber Rizki membuat pelanggan ingin kembali.	0,821	0,1965	Valid
5.	Pelanggan bersedia merekomendasikan Toko Sumber Rizki kepada teman atau keluarganya berdasarkan pengalaman berbelanja.	0,776	0,1965	Valid
6.	Pelanggan bersedia mereferensikan Toko Sumber Rizki kepada teman atau keluarganya berdasarkan tingkat pelayanan yang diberikan.	0,805	0,1965	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut dapat diketahui bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,1965, dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam indikator variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah valid. Sehingga tidak ada item pernyataan yang dihapus dan semua item pernyataan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 12
 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keputusan
1	Harga (X ₁)	0,910	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,899	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,867	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, menunjukkan bahwa variabel Harga (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂), dan Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan reliabel, hal itu dibuktikan dengan masing-masing variabel memiliki nilai Cronbatch alpha lebih besar dari 0,6.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 4. 13
 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,47904927
Most Extreme Differences	Absolute	,072
	Positive	,059
	Negative	-,072
Test Statistic		,072
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan pada Tabel 4.13 diatas maka dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa data dari populasi berdistribusi secara normal dan dapat dilakukan ke tahap analisis selanjutnya.

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 14
 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,707	1,007		2,688	,008	
	Harga	,430	,094	,588	4,553	,000	,116
	Kualitas Pelayanan	,200	,079	,327	2,531	,013	,116

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.14 tersebut maka dapat diketahui nilai tolerance variabel harga dan kualitas pelayanan sebesar $0,116 > 0,10$ dan nilai VIF variabel harga dan kualitas pelayanan sebesar $8,628 < 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan tidak terjadi gejala multikolinieritas

3) Uji Autokorelasi

Tabel 4.16
 Hasil Uji Autokorelasi dengan Durbin-Watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,902 ^a	,813	,809	2,504	2,002

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga
 b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
 Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, model regresi ini tidak ada autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai Durbin-Watson sebesar 2,002 yang berada diantara interval 1,550 – 2,460.

4) Heteroskedastisitas

Tabel 4.17
 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas dengan Uji Glesjer

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,079	,627		4,911	,000
	Harga	,049	,059	,240	,826	,411
	Kualitas Pelayanan	-,073	,049	-,430	-1,478	,143

a. Dependent Variable: abs_RES
 Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.17 menunjukkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas dari variabel Harga terdapat hasil signifikan $0,411 > 0,05$, variabel Kualitas Pelayanan terdapat hasil signifikan $0,143 > 0,05$. Dan disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian juga dapat dilakukan dengan melihat grafik scatter plot antara prediksi variabel terikat (ZPRED) dan nilai residualnya (SRESID) dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika ada pola tertentu, seperti titi-titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka teridentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.

Jika ada polayang jelas, serta titi-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

d. Uji Regresi Linier

Tabel 4.18
 Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Harga (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,260	1,010		3,228	,002
	Harga	,654	,033	,895	19,824	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
 Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 3,260 + 0,654X1$$

Dimana X1 = Harga

Y = Kepuasan Pelanggan

Jika nilai X1 = 0 akan diperoleh Y=3,260

Hasil dari analisis tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Jika nilai konstanta persamaan diatas sebesar 3,260 menyatakan bahwa tanpa Harga maka Kepuasan Pelanggan tetap terbentuk sebesar 3,260 atau jika nilai harganya = 0, maka kepuasan pelanggan tetap memiliki nilai sebesar 3,260

Variabel harga (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien 0,654. Hal ini berarti bahwa jika terjadi peningkatan satuan-satuan dengan asumsi variabel harga, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,654.

Tabel 4.19
 Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,246	1,096		2,961	,004
	Kualitas Pelayanan	,538	,029	,879	18,255	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
 Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 3,246 + 0,538X2$$

Dimana X2 = Kualitas Pelayanan

Y = Kepuasan Pelanggan

Jika nilai X2 = 0 akan diperoleh Y=3,246

Hasil dari analisis tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Jika nilai konstanta persamaan diatas sebesar 3,246 menyatakan bahwa tanpa kualitas pelayanan maka Kepuasan Pelanggan tetap terbentuk sebesar 3,246 atau jika nilai harganya = 0, maka kepuasan pelanggan tetap memiliki nilai sebesar 3,246.

Variabel kepuasan pelanggan (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien 0,538. Hal ini berarti bahwa jika terjadi peningkatan satu-satuan dengan asumsi variabel harga, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,538.

Tabel 4. 20
 Hasil Regresi Linear Berganda Variabel Harga (X1)
 dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model		Coefficients ^a				t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
		B	Std. Error				
1	(Constant)	2,707	1,007		2,688	,008	
	Harga	,430	,094	,588	4,553	,000	
	Kualitas Pelayanan	,200	,079	,327	2,531	,013	

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
 Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan pada Tabel 4.20 didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,707 + 0,430 X1 + 0,200 X2$$

Dari persamaan diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Nilai konstanta sebesar 2,707 diartikan bahwa jika variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) tidak ada maka telah terdapat nilai Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 2,707 satuan.

Koefisien regresi harga X1 sebesar 0,430, artinya jika variabel independent lain nilainya tetap dan harga X1 mengalami kenaikan 1, maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,430. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga dengan kepuasan pelanggan, semakin tinggi harga X1 maka semakin mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y)

Koefisien regresi kualitas pelayanan X2 sebesar 0,200, artinya jika variabel independent lain nilainya tetap dan kualitas pelayanan X2 mengalami kenaikan 1, maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,200. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas

pelayanan dengan kepuasan pelanggan, semakin tinggi harga X2 maka semakin mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y).

e. Analisis Koefisien Korelasi

Tabel 4. 22
 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Harga (X1)
 Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations			
		Harga	Kepuasan Pelanggan
Harga	Pearson Correlation	1	,895**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	,895**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel tersebut nilai koefisien korelasi harga sebesar 0,895 berdasarkan pedoman nilai interpretasi korelasi nilai berada pada rentang sangat kuat di angka 0,800-1,00 yang berarti tingkat hubungan harga terhadap kepuasan pelanggan termasuk pada tingkat hubungan yang sangat kuat.

Tabel 4. 23
 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan (X2)
 Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations			
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	,879**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	,879**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel tersebut nilai koefisien korelasi kepuasan pelanggan sebesar 0,879 berdasarkan pedoman nilai interpretasi korelasi nilai berada pada rentang sangat kuat di angka 0,800-1,00 yang berarti tingkat hubungan harga terhadap kepuasan pelanggan termasuk pada tingkat hubungan yang sangat kuat.

Tabel 4. 24
 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Harga (X1) Dan Kualitas Pelayanan (X2)
 Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F	df1	df2	Sig. F
1	,902 ^a	,813	,809	2,504	,813	210,536	2	97	,000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga
 Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,902, masuk pada interval 0,80 – 0,1000 artinya bahwa

tingkat hubungan antara variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat.

f. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4. 25
 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Harga (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,895 ^a	,800	,798	2,573

a. Predictors: (Constant), Harga

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai R Square(koefisien determinasi) sebesar 0,800 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X1) memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 80,0% sedangkan sisanya sebesar (100-80,0%)= 20,0% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4. 26
 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,879 ^a	,773	,770	2,745

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.26, diperoleh nilai R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,773 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 77,3% sedangkan sisanya sebesar (100-77,3%)= 22,7% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4. 27
 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Harga (X1) Dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,902 ^a	,813	,809	2,504

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

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.24, dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R Square sebesar 0,813 yang artinya variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan memberikan

kontribusi terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 81,3%, sedangkan sisanya (100-81,3) sebesar 18,7% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

g. Uji Hipotesis

Tabel 4. 28
 Hasil Uji t Parsial Harga (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model	Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,260	1,010		3,228	,002
	Harga	,654	,033	,895	19,824	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah, 2024

Pengujian hipotesis 1: terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa t hitung 19,824 > t tabel 1,984 atau signifikan 0,000 < 0,05 dengan demikian Ha diterima dan Ho ditolak, sehingga secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan

Tabel 4. 29
 Hasil Uji t Parsial Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model	Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,246	1,096		2,961	,004
	Kualitas Pelayanan	,538	,029	,879	18,255	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah, 2024

Pengujian hipotesis 2: terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa t hitung 18,255 > t tabel 1,984 atau signifikan 0,000 < 0,05 dengan demikian Ha diterima dan Ho ditolak, sehingga secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Tabel 4. 30
 Hasil Uji F Secara Simultan Harga (X1) Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2641,137	2	1320,569	210,536	,000 ^b
	Residual	608,423	97	6,272		
	Total	3249,560	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
 b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: Data diolah, 2024

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya

dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai Fhitung $210,536 > Ftabel 3,09$. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, maka diperoleh nilai signifikansi tersebut $0,000 < 0,05$, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Sumber Rizki Cilacap Jawa Tengah

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada Toko Sumber Rizki Cilacap Jawa Tengah, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada Pada Toko Sumber Rizki Cilacap Jawa Tengah, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana $Y=3,260+0,654X_1$, Nilai korelasi sebesar 0,895. Nilai koefisien determinasi sebesar 80,0%, dan nilai thitung $19,824 > ttabel 1,984$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima menandakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Sumber Rizki Cilacap Jawa Tengah.
- b. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Sumber Rizki Cilacap Jawa Tengah, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana $Y=3,246+0,538X_2$. Nilai korelasi sebesar 0,879. Nilai koefisien determinasi sebesar 77,3%, dan nilai thitung $18,255 > ttabel 1,984$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima menandakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Sumber Rizki Cilacap Jawa Tengah.
- c. Secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Sumber Rizki Cilacap Jawa Tengah, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier berganda $Y=2,707+0,430X_1+0,200X_2$. Nilai koefisien determinasi sebesar 81,3%. Nilai korelasi

sebesar 0,902. Serta nilai Fhitung $210,536 > Ftabel 3,09$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Sumber Rizki Cilacap Jawa Tengah.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Afandi. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep, dan Indikator). Yogyakarta: Nusa Media.
- [2] Anisa, C. (2021). Tingkatan Manajemen Dan Manajer Beserta Fungsi Manajemen. Kepemimpinan: Jurnal Mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam, 2.2: 150-164.
- [3] Arianto, N., & Difa, S. A. (2020, 3(2)). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property. Jurnal Diprusi Bisnis : Jurnal Ilmu Prodi Manajemen, 108-119.
- [4] Arikunto, S. (2019). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- [5] Ariyanto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizer Kadaton Bogor. Universitas Pamulang Jurnal Pemasaran Kompetitif, 1(2), 83-101.
- [6] Assauri, S. (2018). Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi). Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- [7] Chaniago, Harmon, & Mulyawan, I. D. (2019). Faktor Kunci Keberhasilan Ritel Modern Di Indonesia. Jurnal Kutansi, Ekonomi, Dan Manajemen Bisnis.
- [8] Chrisharley, W. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Maskapai Lion Air Indonesia/Wikro Chrisharley/21160210/Pembimbing Tony Sitingjak.
- [9] Darmanto, R. F., & Ariyanti, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Suasana Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Baso Boedjangan Bintara. Jurnal Pengembangan Wiraswasta, 22(1): 71-82.
- [10] Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2020). Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan). Yogyakarta: Deepublishing.
- [11] Firmansyah, A., & Budi, W. M. (2018). Pengantar Manajemen. Yogyakarta: Deepublish.

- [12] Garoda, I. S. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran McDonald's Cijantung. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(6), 28-33.
- [13] Ghozali, & I. (2017). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- [14] Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [15] Hardani, Aulia, N. H., Ardiani, H, Fardani, R. A, Ustiauwaty, J, Utami, E. F, . . . Istiqomah R.R. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif (1st Ed). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- [16] Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- [17] Irawan, H. (2021). Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Flex Media.
- [18] Istijanto. (2018). Riset Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- [19] Kadrie, N. A., & Santoso, B. H. (2018). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sakinah Supermarket Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(12).
- [20] Kotler, P. &. (2018). Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1. Erlangga.
- [21] Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Dua Belas Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- [22] Kotler, P., & K. L. (2018). Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas. Erlangga.
- [23] Laksana, & Fajar, M. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Jawa Barat: Khalifah Mediatama.
- [24] Larasati, S. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Deepublish.
- [25] Liansari, Nureta, D., & Sardanto, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko An Nur. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomo Dan Akuntansi*, Vol. 7. No. 1.
- [26] Mamonto, F.W., Tumbuan, W.J., & Rogi, M.H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Nolmal Baru. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 9(2).
- [27] Moleong. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [28] Muta'al, R., & Arifudin, A. A. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Mulia Jaya Tondongkura Kecamatan Tondong Tallasa Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan. *Indonesia Journal of Multidisciplinary on Social and Tecnology*, 1(1): 8-16.
- [29] Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuan Batu. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1): 43-53.