

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Trims Sejahtera Makale

Monika¹, Abedneigo Carter Rambulangi², Jens Batara Marewa³

^{1,2,3}Universitas Kristen Indonesia Toraja

E-mail: monikamonika5626@gmail.com¹, abedneigocarterrambulangi134@gmail.com²,
Distro_pasal@yahoo.com³

Article History:

Received: 25 Agustus 2024

Revised: 16 September 2024

Accepted: 17 September 2024

Keywords:

Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

Abstract: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Trims Sejahtera Makale. Prosedur pengumpulan data dari penelitian ini: kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data adalah kuantitatif dengan uji regresi linear berganda. Hasil perhitungan dengan uji F di peroleh hasil F hitung 12,636 dan F tabel 3,14. Berdasarkan perhitungan uji T pada variabel kualitas pelayanan hasil T hitung (2,655) > T tabel (1,996) dan variabel harga hasil T hitung (4,082) > T tabel (1,996). Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan variabel harga secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Trims Sejahtera Makale. Serta variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terhadap kepuasan di Toko Trims Sejahtera Makale.

PENDAHULUAN

Pada era modern saat ini semakin ketatnya tingkat persaingan bisnis dan kemajuan perkembangan teknologi. Salah satunya termasuk persaingan dalam dunia bisnis akan memberikan peluang dan tantangan dengan adanya berbagai jenis usaha yang mulai muncul dari pelaku usaha itu sendiri. Untuk menjaga kelangsungan suatu usaha maka perlu bagi suatu perusahaan untuk meningkatkan kinerja yang dimilikinya secara terus menerus untuk mendapatkan keunggulan yang kompetitif. Untuk mampu memuaskan pelanggan perusahaan akan memikirkan taktik yang tepat atau strategi yang matang dalam mencapai tujuan perusahaan (Riyani & Juhana, 2021). Tingkat sosial masyarakat selalu mempunyai kebutuhan pangan dan kebutuhan pokok lainnya. Seperti halnya ketika memiliki keinginan untuk memuaskan kebutuhannya. Mereka akan mencari toko untuk memenuhi kebutuhan mereka dan nyaman dalam membeli barang atau jasa yang mereka inginkan. Juga pemilihan toko dengan biaya yang lebih murah cenderung lebih menarik pelanggan karena lebih percaya bahwa toko tersebut menyediakan semua yang dibutuhkannya tanpa mengharuskan mereka mengunjungi banyak toko (Nuraini & Chodidjah, 2024).

Pelayanan yang berkualitas yaitu dimana keramahan, kecepatan dan ketulusan akan memberikan tingkat kepuasan kepada para pelanggan (Rini, 2023). Hal ini dapat membuat tingkat

kepuasan yang tinggi bagi para pelanggan dan dengan mudah mengingat pelayanan yang diterimanya. Perusahaan harus memikirkan berbagai strategi dalam mengembangkan kualitas pelayanannya agar para pelanggan merasa di perioritaskan. Kepuasan pelanggan adalah pemberian pelayanan yang baik membuat para pelanggan merasa puas dan senang terhadap produk dan memberikan kesan yang positif, sama halnya dengan pemberian pelayanan yang buruk dapat menimbulkan kekecewaan di hati para pelanggan dan membuat pelanggan berpindah tempat dan menimbulkan citra buruk bagi perusahaan (Saputra & Riyadi, 2023). Kepercayaan pelanggan dapat diperoleh dari kemampuan pegawai dalam menghadapi berbagai keluhan pelanggan, menciptakan komunikasi yang baik, memenuhi berbagai permintaan pelanggan dan membuat para pelanggan merasa dihargai itulah kualitas pelayanan yang sesungguhnya.

Adanya kualitas pelayanan dengan baik akan sangat memuaskan bagi pelanggannya dan akan menguntungkan bagi suatu perusahaan. Kualitas pelayanan adalah dimana para pelanggan merasa puas dengan apa yang diterima baik itu berupa produk atau jasa perusahaan tersebut maka para pelanggan akan memberikan perbandingan terhadap kualitas pelayanan yang mereka terima (Raynaldo & Fadillah, 2020). Mereka akan memberikan timbal balik seperti membeli barang tersebut secara berulang-ulang serta merekomendasikan tempat itu kepada orang lain. Keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang di terimanya tentu para pelaku bisnis memiliki keinginan mendapatkan pelanggan yang setia dan loyal untuk menunjang bisnisnya, di antara para pesaing bisnis yang sama agar terus bertahan dan menghasilkan suatu produk bagi perusahaannya (Rasetia, 2019).

Bagi suatu perusahaan peran harga juga merupakan salah satu faktor dan peran penting terutama dalam dunia perdagangan juga untuk menunjang keberhasilan suatu perusahaan. Menurut Kotler (2018) harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Namun harga juga merupakan penghambat kemajuan perusahaan ketika dimana perusahaan tersebut mematok harga yang tidak sesuai di pasaran. Penetapan harga juga harus sesuai dengan penghasilan para pelanggannya agar dapat membeli produk tersebut. Pentingnya harga bagi pelanggan menjadi salah satu bahan pertimbangan pengambilan keputusan pembelian terhadap produk tersebut. Dimana persepsi ini dapat mempengaruhi para pelanggan terhadap suatu harga pada produk tersebut (Putranto, 2019).

Toko Trims Sejahtera merupakan salah satu toko yang menjual barang campuran grosir, enceran dan produk kecantikan. Toko Trims Sejahtera ini berdiri pada tahun 2014 dan memiliki 3 orang karyawan yang berlokasi di Jln. Kemakmuran NO. 6 Makale, Komplek Pasar Baru Makale. Toko Trims Sejahtera sangat mengutamakan kualitas layanan mereka dalam melayani pelanggannya guna memberikan kepuasan agar mencapai target yang telah ditentukan oleh perusahaan itu sendiri. Toko ini juga memberikan kualitas pelayanan dan harga yang terjangkau kepada pelanggannya.

Beberapa penelitian terdahulu telah melakukan penelitian mengenai pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Seperti hasil penelitian Ubaidillah, F. (2023) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan pada penelitian Nurfi'ah, S. (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan harga secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun penelitian terdahulu tersebut sama-sama menggunakan regresi linear berganda dengan hasil yang berbeda, sehingga hasil penelitian tersebut merupakan research gap dalam penelitian ini. Fokus penelitian ini pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan dengan objek

yang berbeda dengan penelitian sebelumnya. Dimana dalam penelitian akan menguji apakah kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Trims Sejahtera Makale.

Namun ada berbagai macam kondisi atau faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan di antaranya kurangnya kualitas pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan, juga pemilihan lokasi yang kurang tepat misalnya tidak tersedianya lahan parkir, serta ada beberapa penetapan harga produk yang tidak terdapat di rak produk sehingga pelanggan harus menyakannya di kasir yang membuat hal ini kurang efisien. Toko Trims Sejahtera selalu menyediakan produk yang diinginkan dan dibutuhkan untuk memberikan harga dan pelayanan yang baik kepada semua pelanggan. Namun adanya kejadian tersebut Toko Trims Sejahtera Makale tetap ramai pengunjungnya.

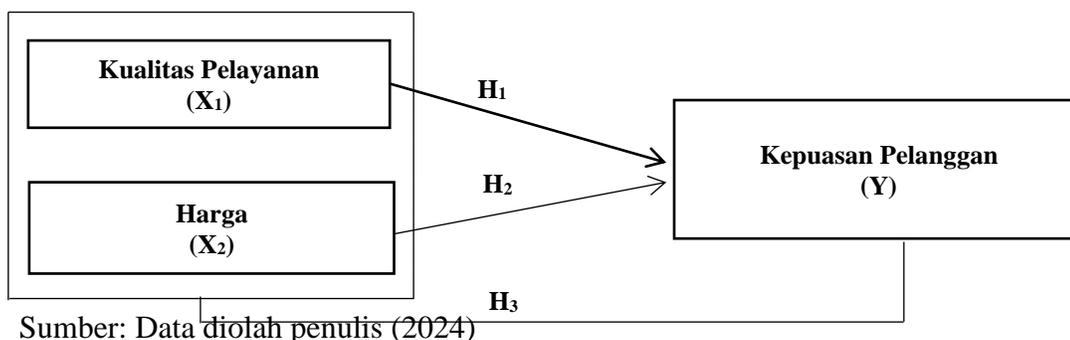
Berdasarkan uraian pemaparan latar belakang dan fenomena di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Trims Sejahtera Makale.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dimana melibatkan analisis hasil survey berupa angka-angka yang dihitung menggunakan SPSS (Statistical Program for the Social Science). Hasil dari jumlah penelitian ini diperoleh dari tanggapan responden yang mengisi kuesioner penelitian. Dalam melakukan penelitian ini teknik pengambilan sampelnya dengan menggunakan metode accidental sampling, artinya dimana pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa perencanaan terlebih dahulu. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian adalah 68 responden yang datang berkunjung. Untuk pengambilan sampelnya berdasarkan rumus Lemeshow:

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan gambar .1 kerangka berpikir maka dapat dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut:

1. H₁: Kualitas Pelayanan (X₁) memiliki pengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Toko Trims Sejahtera Makale.
2. H₂: Harga (X₂) memiliki pengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Toko Trims Sejahtera Makale.

3. H₃: Kualitas Pelayanan dan Harga memiliki pengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Toko Trims Sejahtera Makale.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas
 - a. Uji Statistik

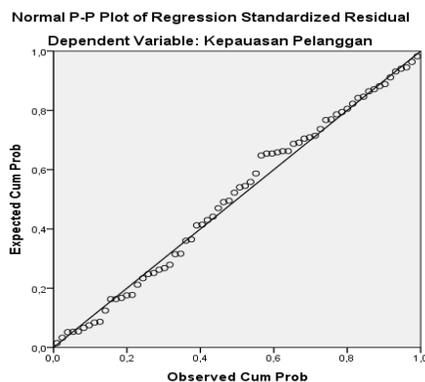
Tabel 1. Hasil uji kolmogorov-smirnov test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		68
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,13346673
Most Extreme Differences	Absolute	,091
	Positive	,049
	Negative	-,091
Test Statistic		,091
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)

Hasil uji normalitas, seperti yang disajikan pada tabel diatas, mengungkapka nilai signifikan (dua arah) 0,200. Nilai ini, lebih besar dari ambang konvensional 0,05 menunjukkan bahwa data yang diujikan mengikuti distribusi normal.

- b. Uji Grafik



Sumber: Data diolah penulis (2024)

Gambar 2. Gambar Hasil Uji Grafik Normalitas

Adanya data penelitian yang terdistribusi dengan baik juga terlihat pada gambar 4.1 dari Normal P-P Plot Graph. Representasi grafis ini menggambarkan bahwa titik data membentangi dan sesuai dengan pola linear, sehingga menunjukkan bahwa variabel yang diselidiki dapat menunjukkan distribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

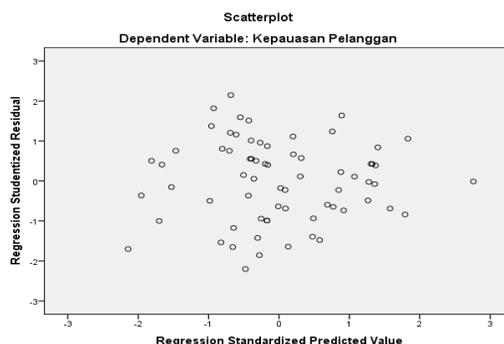
Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas pelayanan	,996	1,004
Harga	,996	1,004

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2, diatas dapat dilihat bahwa nilai *Tolerance* pada variabel Kualitas Pelayanan sebesar $0,996 > 0,10$ dan nilai *VIF* $1,004 < 10$, nilai *Tolerance* pada variabel Harga sebesar $0,996 > 0,10$ dan nilai *VIF* $1,004 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data diolah penulis (2024)

Gambar 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan gambar 3 yang menunjukkan hasil uji heteroskedasitas data variabel penelitian bahwa pola titik- titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedasitas.

Uji Hipotesis

1. Analisis Linear Berganda

Analisis linear berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen.

Tabel 3. Analisis Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	29,608	3,590		8,249	,000
Kualitas Pelayanan	,151	,057	,280	2,655	,010
Harga	-,397	,097	-,431	-4,082	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber:
penulis (2024)

Data diolah

Berdasarkan hasil uji persamaan regresi linear berganda pada tabel 3 diatas dapat disimpulkan hasil:

$$Y = 29,608 + 0,151 X_1 - 0,397X_2 + e$$

- Nilai konstanta (a) sebesar 29,608 yang berarti jika variabel kualitas pelayanan dan harga bernilai 0, maka kepuasan pelanggan akan tetap bernilai konstan sebesar 29,608.
 - Setiap peningkatan variabel Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 1%, maka Kepuasan Pelanggan (Y) meningkat pada Toko Trims Sejahtera sebesar 0,151%. Sebaliknya apabila variabel X_1 mengalami penurunan sebesar 1% maka Y akan menurun sebesar 0,151%.
 - Setiap peningkatan variabel Harga (X_2) sebesar 1%, maka Kepuasan Pelanggan (Y) menurun pada Toko Trims Sejahtera sebesar -0,397%. Sebaliknya apabila variabel X_2 mengalami penurunan sebesar 1% maka Y akan meningkat sebesar -0,397%.
2. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian parsial bertujuan untuk menunjukkan pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Berikut adalah penjelasan masing-masing variabel secara pasial.

Tabel 4. Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	29,608	3,590		8,249	,000
Kualitas Pelayanan	,151	,057	,280	2,655	,010
Harga	-,397	,097	-,431	-4,082	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah penulis (SPSS, 2024)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.14 dapat diketahui bahwa cara mencari tabel ttabel dimana:

$$t_{\text{tabel}}: df = n - k$$

n: jumlah responden (68)

k: jumlah variabel independen (2)

maka nilai df adalah

$$t_{\text{tabel}}: df = n - k$$

$$df = 68 - 2$$

$$df = 66$$

$$df = 66$$

Berdasarkan nilai df nilai t tabel adalah sebesar 1,996 pada signifikan 0,05. Maka dapat diketahui uji parsial (T) pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel kualitas pelayanan (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) berdasarkan hasil uji t, dimana nilai signifikan sebesar $0,010 < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 2,655 > t_{\text{tabel}} 1,996$. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (H_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Trims Sejahtera Makale.
 - b. Variabel harga (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) berdasarkan hasil uji t, dimana nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 4,082 > t_{\text{tabel}} 1,996$. Maka dapat disimpulkan bahwa harga (H_2) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Trims Sejahtera Makale.
3. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dilakukan untuk menguji apakah ada pengaruh variabel bebas yakni kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Uji F dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05 atau 5%. Dengan asumsi jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ dan $\text{sig} < 0,05$, maka H_a diterima dan jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ dan $\text{sig} > 0,05$, maka H_0 ditolak. Hasil uji simultan adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Simultan (F)

Anova ^a					
Model	Sum Of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	118,567	2	59,283	12,636	,000 ^b
Residual	304,963	65	4,692		
Total	423,529	67			

A. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
B. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah penulis (2024)

Berdasarkan hasil uji simultan pada tabel 4.15 diatas bahwa nilai F_{hitung} variabel $X_1, X_2 > F_{\text{tabel}}$, yaitu $F_{\text{hitung}} 12,636 > F_{\text{tabel}} 3,14$ dan nilai $\text{sig} 0,000 < 0,5$ berarti hipotesisi secara simultan diterima atau berpengaruh.

Maka dapat disimpulkan bahwa H_3 , variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

4. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen. Hasil uji R Square sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,529 ^a	,280	,258	2,16604

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

Sumber: Data diolah penulis (2024)

Berdasarkan uji koefisien determinasi pada tabel 4.16 diatas menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,280, artinya pemengaruh kualitas pelayanan (X1) dan variabel harga (X2) secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 28% dan sisanya 72% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan melalui uji parsial yang menunjukkan nilai variabel kualitas pelayanan sebesar $t_{hitung} 2,655 > t_{tabel} 1,996$ dan $sig 0,010 < 0,05$. Maka dapat dinyatakan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Trims Sejahtera sehingga H_1 diterima. Hasil dari koefisien regresi variabel X1 bernilai positif sebesar 0,151 yang artinya, apabila kualitas pelayanan mengalami peningkatan maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. variabel X1 berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena butir pernyataan pada variabel X1 sebanyak 10 pernyataan dengan jumlah responden 68 pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Christono, A.B., & Chairiah, C, 2019).

Dari hasil nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang meliputi tangibility, reliability, responsiveness, empathy, dan assurance menjadi tolak ukur tingkat kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Trims Sejahtera. Apabila kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan pelanggan juga ikut meningkat hal ini disebabkan karena kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang menimbulkan munculnya kepuasan pelanggan.

Analisis Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa harga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. hal ini dibuktikan melalui uji parsial yang menunjukkan nilai variabel harga sebesar $t_{hitung} 4,082 > 1,996$ dan $sig 0,000 < 0,05$. Maka dapat dinyatakan bahwa secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Trims Sejahtera. Hasil dari koefisien regresi variabel X2 bernilai -397, yang artinya apabila harga mengalami peningkatan maka kepuasan pelanggan akan menurun. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya bahwa, variabel harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Oktarini, R. 2020).

Harga adalah salah satu aspek yang yang berdampak pada kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini di mana indikator penilaiannya yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Hal ini dapat disimpulkan bahwa

pelanggan melihat harga dari sudut pandangnya dimana sering kali harga digunakan sebagai indikator nilai bila mana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Penetapan harga yang tepat ialah penetapan harga yang harus sesuai dengan kualitas produk dan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan . Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal.

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uji f secara simultan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan melalui uji simultan bahwa nilai F_{hitung} variabel $X_1, X_2 > F_{tabel}$, yaitu F_{hitung} $12,636 > F_{tabel}$ $3,14$ dan nilai sig $0,000 < 0,5$ berarti hipotesisi secara simultan diterima atau berpengaruh. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) berpengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Toko Trims Sejahtera Makale.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas jika harapannya terpenuhi, dan ini adalah aspek utama yang mempengaruhi tingkat kepuasan mereka terhadap suatu produk atau layanan. Kebahagiaan pelanggan akan mencapai puncaknya jika nilai yang mereka rasakan lebih tinggi. Juga pada kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harga dalam hal barang atau jasa. Konsumen akan membandingkan apakah harga yang diberikan wajar mengingat kualitas barang atau jasa yang akan mereka terima sebelum melakukan pembelian. Semakin besar kualitas yang diberikan dan semakin baik harga yang ditawarkan, maka pelanggan akan merasa sangat puas dan akan melakukan kunjungan kembali dan kesediaan merekomendasikan kepada orang lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Trims Sejahtera Makale” maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Trims Sejahtera Makale. Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} $2,655 > t_{tabel}$ $1,996$ dan tingkat signifikannya $0,010 < 0,05$, pengujian ini menunjukkan bahwa hipotesis H_1 diterima.
2. Variabel Harga (X_2) secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Trims Sejahtera Makale. Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} $4,082 > 1,996$ dan tingkat signifikannya $0,000 < 0,05$, pengujian ini menunjukkan bahwa hipotesis H_2 diterima.
3. Berdasarkan uji simultan (F) variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan variabel Harga (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Trims Sejahtera Makale. Hal ini dilihat dari nilai F_{hitung} $12,636 > F_{tabel}$ $3,14$ dan nilai sig $0,000 < 0,5$, pengujian ini menunjukkan bahwa hipotesis H_3 secara simultan diterima.

DAFTAR REFERENSI

- Christono, A. B., & Chairiah, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Economics and Business UBS*, 8(1), 1-17.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2018). *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey:

Pearson Pretice Hall, Inc.

- Nuraini, D. P., & Chodidjah, S. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Kelontong Mujinah. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)*, 4(02), 1139-1147.
- Nurfi'ah, S. (2022) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Maulana Laundry', *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan ...*, (2016), pp.262269. Available at: <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/2168%0Ahttps://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/download/2168/1717>.
- Oktarini, R. (2020) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang', *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 6(2), p. 248. Available at: <https://doi.org/10.32493/skr.v6i2.5541>.
- Putranto, A.T. (2019) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Convenience Store 7-Eleven', *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 2(1), pp. 1–17.
- Rasetia, 2019 (2019) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Villa Cahaya Pacet Mojokerto', *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8(11), pp. 1–16. Available at: <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2592>.
- Raynaldo, D.S And A. ,Fadillah. (2020) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana Bogor', 1(1), pp. 1–8.
- Rini, Y.P. (2023) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan PT . Mega Central Finance (Mcf) Cabang Karawaci Tangerang', 2, pp. 1–7.
- Riyani, D., Larashat, I. and Juhana, D. (2021) 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan', *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), pp. 94–101. Available at: <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>.
- Saputra, M.R. and Riyadi, A. (2023) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Pengiriman Barang Pada Pt Surya Jaya Cargo Di Sandul', *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(2), pp. 165–174.
- Ubaidillah, F. (2023) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warkop Stk Di Surabaya Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya', *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 12(9).