

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Dede Solihin^{1*}, Kurniawan²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas Pamulang

* E-mail: dosen02447@unpam.ac.id

Information Article

History Article

Submission: 18-07-2024

Revision: 21-09-2024

Published: 10-10-2024

DOI Article:

10.62421/jibema.v2i2.79

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Cihuni Jaya Hall baik secara parsial maupun secara simultan. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Cihuni Jaya Hall. Jumlah sampel penelitian ini adalah sebanyak 91 pelanggan dan menggunakan teknik *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner atau angket. Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the influence of service quality and price on customer satisfaction at Cihuni Jaya Hall both partially and simultaneously. This type of research is a type of quantitative research. The population in this study is all customers of Cihuni Jaya Hall. The number of samples in this study is 91 customers and uses a simple random sampling technique. The data collection technique is a questionnaire or questionnaire method. Data analysis uses multiple linear regression using the SPSS version 22 tool. The results of this study show that service quality (X_1) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y). Price (X_2) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y). Service quality and price simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction.

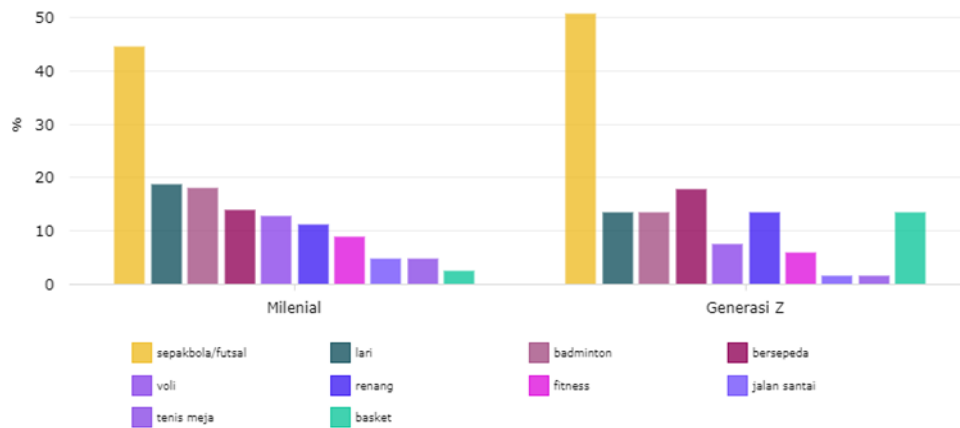
Acknowledgment

Key word: Service Quality, Price, Customer Satisfaction

©2024 Published by JIBEMA. Selection and/or peer-review under responsibility of JIBEMA

PENDAHULUAN

Kesibukan dalam pekerjaan menjadi alasan perlunya melakukan kegiatan untuk penyegaran kembali guna melepas lelah dan kejenuhan yang sudah dihadapi oleh pekerja. Salah satu penyegaran yang dilakukan di Indonesia adalah dengan melakukan aktifitas olahraga, seperti bermain bulu tangkis, futsal, bersepeda, dan olahraga lainnya. Berikut gambar yang menampilkan jenis olahraga terpopuler yang dilakukan oleh Alvara Research Center yang merupakan lembaga penelitian nasional di Indonesia.



Gambar 1. Grafik Jenis Olahraga Terpopuler di Indonesia Tahun 2018

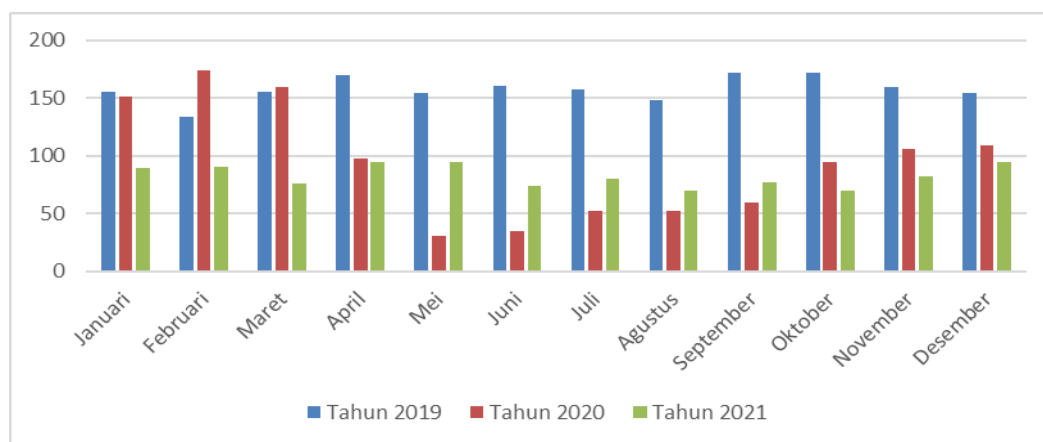
Sumber: Alvara Research Center (2024)

Berdasarkan pada gambar 1 menunjukkan bahwa Generasi Milenial (penduduk usia 20-35 tahun) dari 1200 responden, sebanyak 72,9% mengaku menyukai kegiatan olahraga. Olahraga bulu tangkis atau badminton juga termasuk dalam olahraga yang digemari oleh para milenial, yakni masing-masing sebanyak 18,6% dan 18,1%. Kondisi tersebut tidak berbeda jauh dengan Generasi Z (Gen Z) atau anak-anak yang lahir antara 1995-2014. Olahraga bulu tangkis juga merupakan salah satu olahraga favorit Gen Z, yakni mencapai 13,4%, diikuti olahraga berlari, berenang, dan basket. Berdasarkan hasil survei tersebut menunjukkan bahwa generasi milenial memiliki minat olahraga yang cukup tinggi. Hal tersebut dapat menjadikan peluang bagi pengusaha untuk meraup keuntungan dari jasa sewa gedung olahraga khususnya gedung olahraga bulu tangkis. Menurut data dari Badan Pusat Statistik, jumlah fasilitas olahraga bulu tangkis di wilayah Provinsi Banten pada tahun 2018 sebanyak 917 gedung yang tersebar di berbagai tempat. Banyaknya sejumlah gedung olahraga bulu tangkis membuat persaingan usaha sewa gedung olahraga yang semakin kompetitif ini membawa dampak yang besar dalam hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya.

Cihuni Jaya Hall adalah salah satu usaha penyewaan gedung lapangan bulu tangkis yang telah beroperasi selama 19 tahun, didirikan oleh Ibu Wati selaku pemilik gedung pada tahun 2003. Gedung ini dibuka karena adanya hobi dari pemilik terhadap olahraga bulu tangkis, yang pada akhirnya dibangunlah sebuah gedung olahraga bulu tangkis. Cihuni Jaya Hall terletak di Jalan Kampung Curug RT 003 / RW 006 No. 24, Kelurahan Curug Sangereng, Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang. Gedung olahraga ini disewakan untuk olahraga bulu tangkis yang dimainkan dua sampai empat orang di setiap lapangan permainannya.

Memuaskan kebutuhan pelanggan merupakan keinginan bagi setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan akan meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung

akan membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Menurut Menurut Kotler et al., (2015) Kepuasan pelanggan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang (pelanggan) yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya tidak sesuai ekspektasi pelanggan, maka mereka akan kecewa. Begitupun sebaliknya, jika sesuai dengan ekspektasi pelanggan, mereka akan merasa puas. Sedangkan menurut Syah, (2021) menjelaskan bahwa Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) merupakan kemampuan perusahaan untuk dapat mengenali, memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan dengan baik, merupakan strategi pada setiap perusahaan. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan suatu perusahaan.



Gambar 2 Grafik Total Pelanggan Cihuni Jaya Hall 2024

Sumber: Cihuni Jaya Hall (2024)

Berdasarkan pada gambar 2 menunjukkan jumlah pelanggan dari tahun 2019 sampai tahun 2021 mengalami penurunan. Total jumlah pelanggan pada tahun 2019 sebanyak 1895 pelanggan dan mengalami penurunan pada tahun berikutnya, yakni pada tahun 2020 total pelanggan berjumlah 1123 orang. Pada tahun 2021 total jumlah pelanggan kembali mengalami penurunan menjadi 993 orang.

Menurut Adhari, (2021) Kualitas jasa (pelayanan) adalah suatu ukuran yang mengukur kemampuan suatu bisnis jasa dalam memenuhi kebutuhan pelanggannya. Ini berarti dalam bisnis jasa ditanamkan sikap yang berorientasi pada pelanggan dengan mendengarkan apa yang diinginkan pelanggan. Pelayanan kepada pelanggan bertujuan memelihara dan meningkatkan hubungan psikologis antara produsen dan pelanggan serta memantau berbagai keluhan pelanggan. Persaingan yang semakin ketat sekarang ini, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi kepada pemenuhan kepuasan pelanggan sebagai tugas utama. Kualitas pelayanan kepada pelanggan ini sangat penting artinya bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa pelanggan, maka tidak akan terjadi transaksi jual beli diantara keduanya. Untuk itu, kualitas pelayanan haruslah berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang mempunyai peranan yang sangat penting, dalam teori ekonomi telah dijelaskan bahwa harga merupakan nilai dari suatu barang atau jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter, misalnya di negara Indonesia, (Alma, 2018). Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan sehingga dapat tercipta kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan Puspitaningtyas & Kurniawan, (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Setiawan & Frianto, (2021) menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang serupa dilakukan oleh Dhiani et al., (2021) menunjukkan pelayanan prima dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan ketiga penelitian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Cihuni Jaya Hall baik secara parsial maupun secara simultan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang terstruktur dan mengkuantifikasikan data untuk dapat digeneralisasikan. Penelitian ini melakukan investigasi secara sistematis untuk meneliti sebuah fenomena dengan cara mengumpulkan data-data yang dapat diukur menggunakan ilmu statistik, matematika dan komputasi, Puspitaningtyas & Kurniawan, (2016). Populasi pada penelitian ini adalah berjumlah 993 orang, Dengan menggunakan Rumus Slovin dengan margin eror 10%, besarnya sampel minimal yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 90,85 responden, yang apabila dilakukan pembulatan menjadi 91 responden. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari rumus Slovin maka ditetapkan jumlah responden sebanyak 91 responden. Pada penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah survey bentuk kuesioner. Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang mencakup semua pernyataan dan pertanyaan yang akan digunakan untuk mendapat data, kuesioner akan dibagikan kepada responden yang dilakukan melalui *computer delivered survey* yang dilakukan melalui *Google Form* kepada pelanggan Cihuni Jaya Hall. Sementara metode analisis data menggunakan Regresi Linier Berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Regresi Linier Sederhana

Tabel 1. Regresi Linier Sederhana (X_1) Terhadap (Y)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	18.561	2.543		7.300
	Kualitas Pelayanan	.522	.069	.629	7.624
					Sig.
					.000
					.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 22 (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut: $Y = 18,561 + 0,522X_1$ Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 18,561 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat kualitas pelayanan (X_1) bernilai nol atau tidak meningkat, maka kepuasan pelanggan (Y) akan tetap bernilai 18,561. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 0,522 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,522 satuan.

Tabel 2. Regresi Linier Sederhana (X_2) Terhadap (Y)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	12.984	2.525		5.142
	Harga	.673	.068	.724	9.888
					Sig.
					.000
					.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 22 (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut: $Y = 12,984 + 0,673X_2$ Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 12,984 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat harga (X_2) bernilai nol atau tidak meningkat, maka kepuasan pelanggan (Y) akan tetap bernilai 12,984. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 0,673 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya setiap kenaikan harga sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,673 satuan.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	9.961	2.529		3.938
	Kualitas Pelayanan	.252	.072	.303	3.512
	Harga	.503	.080	.541	6.275
					Sig.
					.000
					.001
					.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 22 (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan program komputer SPSS versi 22 diperoleh hasil sebagai berikut
: $Y = 9,961 + 0,252X_1 + 0,503X_2$

- Konstanta sebesar 9,961 artinya jika variabel kualitas pelayanan dan variabel harga, bernilai nol atau tidak meningkat maka kepuasan pelanggan akan tetap bernilai sebesar 9,961.
- Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,252, artinya jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan pelanggan (Y) mengalami kenaikan sebesar 25,2% dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- Koefisien regresi variabel harga (X_2) sebesar 0,503, artinya jika harga mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan pelanggan (Y) mengalami kenaikan sebesar 50,3% dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

Uji Koefisien Korelasi

Tabel 4. Koefisien Korelasi (X_1) Terhadap (Y)
Correlations

		Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan
Pearson Correlation	Kepuasan Pelanggan	1.000	.629
	Kualitas Pelayanan	.629	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan Pelanggan	.	.000
	Kualitas Pelayanan	.000	.
N	Kepuasan Pelanggan	91	91
	Kualitas Pelayanan	91	91

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 22 (2024)

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,629 masuk dalam interpretasi 0,60 – 0,799 dengan tingkat hubungan kuat. Yang artinya tingkat hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan memiliki tingkat hubungan kuat.

Tabel 5. Koefisien Korelasi (X_2) Terhadap (Y)
Correlations

		Kepuasan Pelanggan	Harga
Pearson Correlation	Kepuasan Pelanggan	1.000	.724
	Harga	.724	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan Pelanggan	.	.000
	Harga	.000	.
N	Kepuasan Pelanggan	91	91
	Harga	91	91

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 22 (2024)

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel harga sebesar 0,724 masuk dalam interpretasi 0,60 – 0,799 dengan tingkat hubungan kuat. Yang artinya tingkat hubungan harga terhadap kepuasan pelanggan memiliki tingkat hubungan kuat.

Tabel 6. Koefisien Korelasi (X_1) dan (X_2) Terhadap (Y)
Model Summary

Model	R		Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
	R	Square				F Change	df1	df2	
1	.763 ^a	.582	.573	2.476	.582	61.281	2	88	.000

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

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 22 (2024)

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) sebesar 0,763, masuk pada interval 0,60 – 0,799 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) secara simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki tingkat hubungan kuat.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7. Koefisien Determinasi (X_1) Terhadap (Y)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.629 ^a	.395	.388	2.962

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 22 (2024)

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,395 artinya kualitas pelayanan (X_1) memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 39,5%, sedangkan sisanya sebesar 60,5% disebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 8. Koefisien Determinasi (X_2) Terhadap (Y)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.724 ^a	.523	.518	2.629

a. Predictors: (Constant), Harga

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 22 (2022)

Berdasarkan tabel 8, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,523 yang artinya harga (X_2) memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 52,3%, sedangkan sisanya sebesar 47,7% disebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 9. Koefisien Determinasi (X_1) dan (X_2) Terhadap (Y)
Model Summary

Model	R		Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
	R	Square				F Change	df1	df2	
1	.763 ^a	.582	.573	2.476	.582	61.281	2	88	.000

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

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 9, dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,582 yang artinya variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan memberikan kontribusi terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 58,2%, sedangkan sisanya sebesar 41,8% disebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Parsial

**Tabel 10. Uji t Parsial (X_1) Terhadap (Y)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.561	2.543		7.300	.000
Kualitas Pelayanan	.522	.069	.629	7.624	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil olahan data SPSS versi 22 (2024)

Berdasarkan tabel 10 tersebut dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} 7,624 > t_{tabel} 1,987$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima menandakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Cihuni Jaya Hall. Sehingga hipotesis pertama diterima.

**Tabel 11. Uji t Parsial (X_2) Terhadap (Y)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.984	2.525		5.142	.000
Harga	.673	.068	.724	9.888	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil olahan data SPSS versi 22 (2024)

Berdasarkan tabel 11 tersebut dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} 9,888 > t_{tabel} 1,987$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima menandakan bahwa terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Cihuni Jaya Hall. Sehingga hipotesis kedua diterima.

Uji Hipotesis Simultan

**Tabel 12. Uji F hitung
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	751.130	2	375.565	61.281	.000 ^b
	Residual	539.310	88	6.129		
	Total	1290.440	90			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 22 (2024)

Berdasarkan Tabel 12 diperoleh nilai $F_{hitung} 61,281 > F_{tabel} 3,10$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Cihuni Jaya Hall. Sehingga hipotesis ketiga diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana $Y = 18,561 + 0,522X_1$, artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 18,561 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat kualitas pelayanan (X_1) bernilai nol atau tidak meningkat, maka keputusan pembelian (Y) akan tetap bernilai 18,561. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 0,522 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,522 satuan. Nilai korelasi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,629 masuk dalam interpretasi 0,60 – 0,799 dengan tingkat hubungan kuat. Yang artinya tingkat hubungan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,395 artinya kualitas pelayanan (X_1) memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 39,5%, sedangkan sisanya sebesar 60,5% disebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai $t_{hitung} 7,624 > t_{tabel} 1,987$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima menandakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Cihuni Jaya Hall. Sehingga hipotesis pertama diterima.

Kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan untuk memberikan layanan yang terbaik kepada para pelanggan. Karena kualitas layanan yang baik akan memberikan dampak positif kepada pelanggan sehingga tertarik membeli produk jasa yang di hasilkan perusahaan tersebut. Kualitas layanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima/rasakan. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan aspek-aspek kualitas pelayanan sehingga keputusan pembelian dapat ditingkatkan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Fadillah, (2021) bahwa kualitas pelayanan memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelajar atau mahasiswa. Selain itu, penelitian yang dilakukan Arianto & Kurniawan, (2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang dimana hasil penelitian tersebut menunjukan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian serupa yang dilakukan oleh Darmayadi et al., (2023) menghasilkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh dengan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana $Y = 12,984 + 0,673X_2$, artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 12,984 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat harga (X_2) bernilai nol atau tidak meningkat, maka kepuasan pelanggan (Y) akan tetap bernilai 12,984. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 0,673 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya setiap kenaikan harga sebesar satu satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,673 satuan. Nilai korelasi variabel harga sebesar 0,724 masuk dalam interpretasi 0,60 – 0,799 dengan tingkat hubungan kuat. Yang artinya tingkat hubungan harga terhadap kepuasan pelanggan memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,523 yang artinya harga (X_2) memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 52,3%, sedangkan sisanya sebesar 47,7% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai $t_{hitung} 9,888 > t_{tabel} 1,984$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima menandakan bahwa terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Cihuni Jaya Hall. Sehingga hipotesis kedua diterima.

Harga merupakan salah satu dari bauran pemasaran. Harga jual pada hakekatnya merupakan tawaran kepada para pelanggan. Apabila pelanggan menerima harga tersebut maka produk tersebut akan laku, karena pelanggan memutuskan untuk melakukan pembelian berulang, sebaliknya pelanggan menolaknya maka diperlukan peninjauan kembali harga jualnya. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Purwanti et al., (2021) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan. Solikha & Suprpta, (2020) menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dengan kepuasan pelanggan. Penelitian serupa dilakukan oleh Alvianna et al., (2021) menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Secara simultan terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier berganda $Y = 9,961 + 0,252X_1 + 0,503X_2$, Konstanta sebesar 9,961 artinya jika variabel kualitas pelayanan dan variabel harga, bernilai nol atau tidak meningkat maka kepuasan pelanggan akan tetap bernilai sebesar 9,961. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,252, artinya jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan pelanggan (Y) mengalami kenaikan sebesar 25,2% dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, semakin baik kualitas pelayanan, maka semakin meningkat kepuasan pelanggan. Koefisien regresi variabel harga (X_2) sebesar 0,503, artinya jika harga mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan pelanggan (Y) mengalami kenaikan sebesar 50,3% dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara harga dengan kepuasan pelanggan, semakin baik harga yang ditetapkan, maka semakin meningkat kepuasan pelanggan. Nilai korelasi variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) sebesar 0,763, masuk pada interval 0,60 – 0,799 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) secara simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi R^2 sebesar 0,582 yang artinya variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan memberikan kontribusi terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 58,2%, sedangkan sisanya sebesar 41,8% disebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai F_{hitung} 61,281 > F_{tabel} 3,10 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Cihuni Jaya Hall. Sehingga hipotesis ketiga diterima.

Kualitas pelayanan merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen dilihat dari waktu penyampaian untuk mengimbangi hal-hal yang diharapkan oleh konsumen. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality*. Sementara harga merupakan faktor psikologis dari berbagai segi yang mempunyai pengaruh yang penting dalam reaksi para pelanggan kepada harga. Peran harga tak lepas dari proses jual beli suatu produk atau jasa, murah atau mahal harga suatu produk sangat relatif sifatnya karena itulah persepsi harga menjadi alasan mengapa seseorang dapat terpuaskan menggunakan produk maupun jasa tersebut.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Arianto & Kurniawan, (2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Setiawan & Frianto, (2021) menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang serupa dilakukan oleh Dhiani et al., (2021) menunjukkan pelayanan prima dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan persamaan regresi linier sederhana $Y = 18,561 + 0,522X_1$. Nilai korelasi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,629 masuk dalam interpretasi 0,60 – 0,799 dengan tingkat hubungan kuat. Nilai koefisien determinasi R^2 sebesar 0,395 artinya kualitas pelayanan (X_1) memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 39,5%. Nilai t_{hitung} 7,624 > t_{tabel} 1,987 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan persama-

an regresi linier sederhana $Y = 12,984 + 0,673X_2$. Nilai korelasi variabel harga sebesar 0,724 masuk dalam interpretasi 0,60 – 0,799 dengan tingkat hubungan kuat. Nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,523 yang artinya harga (X_2) memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 52,3%. Nilai t hitung 9,888 > t tabel 1,984 dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. persamaan regresi linier berganda $Y = 9,961 + 0,252X_1 + 0,503X_2$. Nilai korelasi variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) sebesar 0,763, masuk pada interval 0,60 – 0,799 artinya bahwa tingkat hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) secara simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,582 yang artinya variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan memberikan kontribusi terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 58,2%. Nilai F hitung 61,281 > F tabel 3,10 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, I. Z. (2021). Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust. In CV. Penerbit Qiara Media. CV. Penerbit Qiara Media.
- Alma, B. (2018). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. In CV. Alfabeta. CV. Alfabeta.
- Alvianna, S., Husnita, I., Hidayatullah, S., Lasarudin, A., & Estikowati. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pemandar Coffee Shop di Masa Pandemi Covid-19. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- Arianto, N., & Kurniawan, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Home Industri Produk Pakaian Sablon & Bordir). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 254. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i2.9647>
- Darmayadi, S., Heriwibowo, D., & Hermanto, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kinerja Pegawai dan Disiplin Kerja terhadap Kepuasan Masyarakat. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(2), 1169–1175. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i2.1622>
- Dhiani, H. P., Kumara, D., & Wardani, S. (2021). Pengaruh Pelayanan Prima dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan dan Pemancingan Warung Bambu di Serpong Tangerang Selatan. *Jurnal SeMaRaK*. <https://doi.org/10.32493/smk.v4i3.13423>
- Fadillah. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Prodi Sarjana Manajemen Universitas Pamulang. *Jurnal SeMaRaK*, 4(3). <https://doi.org/10.32493/smk.v4i3.13424>
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2015). Marketing. In *Pearson Higher Education AU*. Pearson Higher Education AU.
- Purwanti, Ariyanto, A., & Ivantan, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Orang Tua Murid Di Lembaga Pendidikan TPA Masjid Ash Shaff Bintaro. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(1), 535–545. <https://doi.org/10.34007/jehss.v4i1.744>
- Puspitaningtyas, Z., & Kurniawan, A. W. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Yogyakarta*:

Pandiva Buku. Yogyakarta: Pandiva Buku.

- Setiawan, P. B., & Frianto, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian). *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 3(1), 352–366.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33752/bima.v3i3.5493>
- Solikha, S., & Suprpta, I. (2020). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 10, 67–81.
- Syah, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Widina.