



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA INDOMARET *THE ICON BROADWAY*

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION AT INDOMARET *THE ICON BROADWAY*

Muhamad Aprilyandi¹, Ahmad Dimyati²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email : muhammadapriyandi17@gmail.com¹, dosen01703@unpam.ac.id²

Article history :

Received : 17-01-2025

Revised : 18-01-2025

Accepted: 20-01-2025

Published: 23-01-2025

Abstract

This study aims to determine the effect of Service Quality and Price partially or simultaneously on Customer Satisfaction at Indomaret The Icon Broadway Tangerang. The type of research used in this study is quantitative. The respondents used were customers or buyers at Indomaret The Icon Broadway Tangerang on Jl. Horizon Broadway, totaling 97 respondents. The sampling technique used probability sampling. The analysis technique used the SPSS version 25 program application. The results of the study showed that there was a partial effect of Service Quality on Customer Satisfaction at Indomaret The Icon Broadway Tangerang with the results of the partial test (t-test) obtained a t_{count} (9.808) > t_{table} (1.661). Furthermore, there was a partial effect of Price on Customer Satisfaction at Indomaret The Icon Broadway Tangerang with the results of the partial test (t-test) obtained a t_{count} (7.614) > t_{table} (1.661). As for the simultaneous results, it shows that there is a simultaneous influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction at Indomaret The Icon Broadway Tangerang with a calculated f_{count} (53.911) > f_{table} (3.093).

Keywords : Service Quality, Price, Customer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan guna mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga secara parsial maupun simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang. Jenis penelitian ini yang digunakan pada penelitian ini berjenis kuantitatif. Responden yang digunakan adalah pelanggan atau pembeli pada Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang di Jl. Horizon Broadway yang berjumlah sebanyak 97 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling*. Teknik analisis menggunakan aplikasi program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang dengan hasil uji parsial (uji t) diperoleh nilai t_{hitung} (9,808) > t_{tabel} (1,661). Selanjutnya, terdapat pengaruh Harga secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang dengan hasil uji parsial (uji t) diperoleh nilai t_{hitung} (7,614) > t_{tabel} (1,661). Adapun untuk hasil simultannya menunjukkan terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang dengan nilai f_{hitung} (53,911) > f_{tabel} (3,093).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan



PENDAHULUAN

Perusahaan-perusahaan saat ini sedang menghadapi persaingan yang sangat ketat. Untuk dapat memenangkan persaingan perusahaan yang berorientasi pemasaran dan bukan hanya terfokus kepada produk saja. Perusahaan yang berorientasi pemasaran akan berusaha melakukan identifikasi kebutuhan dan keinginan pasar dengan mempertimbangkan aspek orang sebagai obyek pemasaran yang perlu diperhatikan keinginannya. Hanya perusahaan yang berfokus kepada pelanggan yang berhasil menarik pelanggan dan bukan hanya berhasil memperkenalkan produk.

Untuk memenuhi kepuasan pelanggan serta kualitas pelayanan penting dikelola perusahaan dengan baik, sebagaimana yang dijelaskan menurut Barata (2020:36), menyatakan; “Berbicara mengenai kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak di tentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya”.

Kualitas pelayanan yang baik merupakan upaya yang dilakukan perusahaan dalam menghadapi persaingan dalam bisnis yang kuat kaitannya dengan kepuasan konsumen. Upaya peningkatan mutu pelayanan yang akan sangat efektif apabila peningkatan mutu pelayanan mulai dari pimpinan perusahaan sampai pelaksanaan pelayanannya.

Lebih lanjut, menurut Barata (2020:14), mengemukakan bahwa; “Kepuasan pelanggan, baik kepada pelanggan internal maupun eksternal, pihak penyedia dan pemberi layanan harus selalu berupaya untuk mengacu kepada tujuan pelayanan yang diberikan”. Kepuasan pelanggan juga mempengaruhi citra dan reputasi merek. Perusahaan dengan reputasi yang baik dan citra yang positif cenderung lebih dipercaya oleh konsumen baru dan yang sudah ada, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan. Reputasi yang baik dapat melindungi perusahaan dari fluktuasi pasar dan membantu mempertahankan basis pelanggan yang kuat. Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:206), menyatakan bahwa; “Kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima”. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan sebagai elemen kunci yang mempengaruhi berbagai aspek bisnis, termasuk pendapatan.

Kualitas layanan terhadap pelanggan dapat mempengaruhi intensitas kunjungan pelanggan pada kesenpatan berikutnya. Kualitas layanan merupakan satu dari permulaan dari kepuasan pelanggan. Pelanggan dalam menilai kualitas layanan tidak hanya berdasarkan pada hasil dari suatu layanan, tetapi juga memperhatikan proses pemberian layanan tersebut. Menurut Tjiptono (2019:157), menyatakan bahwa; “Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”. Untuk meningkatkan kualitas layanan, perusahaan bisa fokus pada pelatihan staf, dan mendengarkan umpan balik pelanggan.

Berikut ini disajikan data jumlah pembeli Indomaret *The Icon Broadway* dalam penjabaran bulanan (Periode Tahun 2021-2023) dengan fokus pada pembeli yang terdata sebagai pelanggan



beracuan pada penggunaan fitur membership atau pembayaran member poin di Indomaret *The Icon Broadway*:

Tabel 1. Jumlah Pembeli Yang Terdata Penggunaan Member Poin Berlangganan Indomaret *The Icon Broadway* (Dalam Bulanan)

Bulan	Tahun		
	2021	2022	2023
Januari	245	221	328
Februari	167	237	267
Maret	235	310	262
Grand Total Kuartal I	647	768	857
April	314	214	178
Mei	216	264	219
Juni	218	175	150
Grand Total Kuartal II	748	653	547
Juli	287	312	294
Agustus	265	248	258
September	127	287	203
Grand Total Kuartal III	679	847	755
Oktober	283	263	248
November	271	273	231
Desember	319	230	193
Grand Total Kuartal IV	873	766	672
Jumlah Dalam Tahunan	2947	3034	2831

Secara keseluruhan, jumlah pembeli di tahun 2023 lebih rendah dibandingkan tahun 2021 dan 2022. Ini mungkin mencerminkan adanya tantangan yang lebih besar di tahun 2023, seperti penurunan daya beli masyarakat, kondisi ekonomi yang lebih sulit, atau perubahan perilaku konsumen yang lebih selektif dalam belanja. Pada fluktuasinya jumlah pembeli berdampak pula pada target penjualan yang dapat disajikan tabel berikut:

Tabel 2. Target Tahunan dan Penjualan Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang (Periode Tahun 2021-2023)

Tahun	Target (Rp)	Penjualan (Rp)	Perkembangan (Rp)	Pertumbuhan (%)
2021	1.000.000.000	900.000.000	-100.000.000	-10%
2022	1.500.000.000	2.000.000.000	500.000.000	33,3%
2023	2.000.000.000	1.100.000.000	-900.000.000	-45%

Berdasarkan data dari tabel 2, dapat disimpulkan mengenai target tahunan dan penjualan Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang untuk periode tahun 2021-2023, pada tahun 2021, target penjualan sebesar Rp 1 miliar hanya tercapai Rp 900 juta, yang berarti ada kekurangan sebesar Rp 100 juta. Tahun 2022 menunjukkan pencapaian yang sangat positif dengan target penjualan sebesar Rp 1,5 miliar berhasil terlampaui dengan total penjualan mencapai Rp 2 miliar. Pada tahun 2023,



terdapat penurunan drastis dalam pencapaian penjualan. Meskipun target penjualan dinaikkan menjadi Rp 2 miliar, realisasi penjualan hanya mencapai Rp 1,1 miliar. Hal ini mengakibatkan defisit sebesar Rp 900 juta dan penurunan pertumbuhan sebesar 45%. Penurunan yang signifikan ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti ketidakstabilan ekonomi, perubahan perilaku konsumen pasca pandemi, atau faktor-faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah yang mungkin mempengaruhi daya beli masyarakat.

Kepuasan pelanggan juga mempengaruhi citra dan reputasi merek. Perusahaan dengan reputasi yang baik dan citra yang positif cenderung lebih dipercaya oleh konsumen baru dan yang sudah ada, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan. Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:206), menyatakan bahwa; “Kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima”. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan sebagai elemen kunci yang mempengaruhi berbagai aspek bisnis, termasuk pendapatan.

Menurut Tjiptono (2019:157), menyatakan bahwa; “Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”. Untuk meningkatkan kualitas layanan, perusahaan bisa fokus pada pelatihan staf, dan mendengarkan umpan balik pelanggan. Untuk tetap bertahan, Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang perlu mendengarkan dan menampung keluhan pelanggan guna memperbaiki kekurangan yang ada. Selain itu, toko ini harus terus meningkatkan kepuasan pelanggan melalui upaya-upaya yang sudah dilakukan. Berikut adalah data terkait keluhan pelanggan di Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang:

Tabel 3. Data Keluhan Pelanggan Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang (Periode Tahun 2021-2023)

No	Keterangan	Tahun 2021	Tahun 2022	Tahun 2023
1	<i>Price card</i> tidak sesuai.	23	33	41
2	Sikap pelayanan kurang ramah.	2	5	2
3	Kurangnya pemahaman dalam komunikasi.	4	14	17
4	Kurang teliti dalam pengecekan produk.	6	12	14
5	Terbatasnya stok produk.	2	3	0
Total		37	67	74

Berdasarkan data dari tabel 3, dapat disimpulkan bahwa total keluhan meningkat dari 37 pada tahun 2021 menjadi 74 pada tahun 2023. Kategori keluhan "*Price card* tidak sesuai" memiliki jumlah keluhan tertinggi pada semua tahun, dengan peningkatan dari tahun ke tahun. Selain itu, "Kurangnya pemahaman dalam komunikasi" dan "Kurang teliti dalam pengecekan produk" menunjukkan peningkatan pada tahun 2023.

Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh seberapa transparan dan jelas harga yang ditawarkan. Ketidakcocokan antara harga yang tertera dan harga yang dibayar (seperti *price card*



yang tidak sesuai) dapat menurunkan kepuasan pelanggan, seperti yang tercermin dalam data hasil pra survey dan keluhan. Harga juga harus kompetitif dibandingkan dengan pesaing. Jika pelanggan merasa mereka bisa mendapatkan produk atau layanan yang sama dengan harga lebih rendah di tempat lain, kepuasan mereka dapat terpengaruh. Menurut Kotler dan Armstrong (2017:15), mendefinisikan bahwa; “Dalam arti yang sempit terkait harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa”.

Untuk mencapai kepuasan pelanggan yang optimal, perusahaan perlu menyeimbangkan antara memberikan pelayanan berkualitas tinggi dan menawarkan harga yang kompetitif. Jika pelanggan merasa mendapatkan nilai lebih dari apa yang mereka bayar, mereka cenderung lebih puas. Kedua faktor ini saling terkait dalam membentuk kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan persepsi pelanggan terhadap harga, sehingga mereka merasa harga yang dibayar sepadan dengan pengalaman yang mereka dapatkan. Sebaliknya, meskipun harga kompetitif, jika kualitas pelayanan buruk, pelanggan mungkin tidak puas. Hal ini juga dapat membangun loyalitas pelanggan, yang penting untuk kesuksesan jangka panjang bisnis.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka peneliti berupaya melakukan penelitian secara ilmiah dengan mengambil konteks judul penelitian; “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang”.

Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang?
2. Apakah terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang?
1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang?

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini berjenis kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, karena data yang nantinya menjadi objek dalam penelitian ini merupakan data-data kuantitatif yang berupa angka-angka yang dihasilkan dari skala likert. Penelitian kuantitatif juga memiliki tujuan untuk mengembangkan dan menerapkan model matematis, teori serta hipotesis sesuai fakta di lapangan. Lebih lanjut, menurut Sugiyono (2019:17), menyatakan; “Penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan analisis data bersifat statistik”.



Operasional Variabel Penelitian

Adapun variabel dependen pada penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y) yakni, sebagai subjek variabel yang berindikasi adanya pengaruh dari dampak faktor variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2). Berikut dibentuk berupa tabel operasional variabel guna menyusun konsep pengambilan data yang akan dilakukan mencari daripada hasil penelitian:

Tabel 4. Operasional Variabel

Variabel Independen	Indikator	Nomor Kuesiner	Skala
Kualitas Pelayanan (X_1) Sumber: Muhibudin (2017:108)	<i>Reliability</i> (Keandalan)	1 dan 2	Likert
	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	3 dan 4	
	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	5 dan 6	
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	7 dan 8	
	<i>Empathy</i> (Empati)	9 dan 10	
Harga (X_2) Sumber: Kotler dan Armstrong (2016:78)	Keterjangkauan Harga	1, 2, dan 3	Likert
	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	4 dan 5	
	Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	6 dan 7	
	Harga Sesuai Kemampuan Atau Daya Saing Harga	8, 9, dan 10	
Variabel Dependen	Indikator	Nomor Kuesiner	Skala
Kepuasan Pelanggan (Y) Sumber: Indrasari (2019:92)	Kesesuaian Harapan	1, 2, 3 dan 4	Likert
	Minat Berkunjung Kembali	5, 6, dan 7	
	Kesediaan Merekomendasikan	8, 9, dan 10	

Populasi dan Sampel Penelitian

Berdasarkan pendapat Yusuf (2017:144), populasi adalah; “Keseluruhan atribut yang dapat berupa manusia, objek, atau kejadian yang menjadi fokus penelitian”. Maka dalam penelitian ini yang menjadi objek populasi digunakan adalah pelanggan atau pembeli pada Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang yang berlokasi di Jl. Horizon Broadway No. 27 dengan jumlah pelanggan atau pembeli sebanyak 2.831 orang.

Adapun penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik rumus slovin, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2017:300), pada berikut ini;

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{2831}{1 + 2831 \times (0,1^2)} \\
 n &= \frac{2831}{1 + 2831 \times 0,01} \\
 n &= \frac{2831}{1 + 28,31} \\
 n &= \frac{2831}{29,31} \\
 n &= 96,58 \text{ Pembulatan} = 97
 \end{aligned}$$



Maka dapat disimpulkan pada penelitian ini setidaknya jumlah sampel sekurang-kurangnya adalah 97 pelanggan atau pembeli pada Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang di Jl. Horizon Broadway sebagai sampel penelitian.

Teknik Pengambilan Sampel

Metode *Probability Sampling* dipilih menjadi penentuan teknik sampling pada penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, dengan ketentuan; Pembeli di Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang Jl. Horizon Broadway.

TEKNIK ANALISIS DATA

Teknik Analisis Kuantitatif Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:13), berpendapat bahwa; “Data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan data konkret, berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan”.

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2018:277), berpendapat bahwa; “Regresi linier sederhana digunakan untuk mengestimasi besarnya koefisien yang dihasilkan dari persamaan yang bersifat linier satu variabel bebas untuk digunakan sebagai alat prediksi besarnya variabel tergantung”.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2018:277), berpendapat bahwa; “Analisis regresi digunakan untuk prediksi perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikan ataupun diturunkan”.

3. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Untuk menguji variabel bebas secara parsial pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf nyata 5% (0,05). Uji hipotesis dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} :

- Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka $H_0 : \rho = 0$ ditolak dan $H_a : \rho \neq 0$ diterima, artinya independen secara parsial mempunyai pengaruh terhadap dependen.
- Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka $H_0 : \rho = 0$ diterima dan $H_a : \rho \neq 0$ ditolak, artinya independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap dependen.

Rumus penentuan t_{tabel} α = taraf 5% (0,05), dk (derajat kebebasan) = n (97); jumlah keseluruhan variabel, $n = 97 - 3 = 94$, maka diperoleh $t_{tabel} = 1,661$.

Berikut rumusan hipotesis secara parsial yang telah dibuat:

$H_{o1} : \rho = 0$ Diduga tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang.

$H_{a1} : \rho \neq 0$ Diduga terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang.



Ho2 : $\rho = 0$ Diduga tidak terdapat pengaruh Harga secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang.

Ha2 : $\rho \neq 0$ Diduga terdapat pengaruh Harga secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang.

4. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Dalam uji hipotesis, menguji secara bersamaan Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dilakukan dengan analisis statistik yang juga dikenal sebagai uji simultan (uji F) digunakan pada tingkat signifikansi 5% (0,05). Hipotesis diterima atau ditolak dengan kriteria:

a. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka Ho3 : $\rho = 0$ ditolak dan Ha3 : $\rho \neq 0$ diterima.

b. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka Ho3 : $\rho = 0$ diterima dan Ha3 : $\rho \neq 0$ ditolak.

Berikut perumusan dalam menentukan derajat kriteria F_{tabel} :

Jumlah atau angka sampel penelitian yang digunakan (n) = 97;

Ketentuan tingkat signikansi (α) = (0,05 atau 5%);

Jumlah seluruh variabel yang ada (k) = Terdapat 3 (tiga variabel; X_1 , X_2 , dan Y);

Ketentuan derajat kebebasan ke 1 ($dk1$) = 3 (k) - 1 = 2;

Penentuan derajat kebebasan ke 2 ($dk2$) = n (banyaknya sampel) – (k);

Maka diperoleh nilai $F_{hitung} = 97 - 3 = 94$ dengan hasil deret hasil angka sebesar 3,093.

Berikut rumusan Ho3 : $\rho = 0$ dan Ha3 : $\rho \neq 0$ secara simultan:

Ho3 : $\rho = 0$ Diduga tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang.

Ha3 : $\rho \neq 0$ Diduga terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini merupakan hasil analisis regresi linier sederhana dan berganda pada analisis kuantitatif penelitian dengan menggunakan program analisis *Statistical Package for Social Science* (SPSS) *for windows* versi 25:

**Tabel 5. Hasil Olah Data Analisis Regresi Linier Sederhana
Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,453	2,940		3,215	,002
Kualitas Pelayanan	,728	,074	,709	9,808	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan



Terkait pada tabel 5, maka dapat disimpulkan bahwa hasil nilai regresi linier sederhana ditentukan $Y = 9,453 + 0,728X_1$. Dari hasil tersebut, bisa diambil beberapa uraiannya sebagai berikut ini:

- Hasil nilai konstanta 9,453 yang artinya jika variabel Kualitas Pelayanan tidak dihiraukan, maka Kepuasan Pelanggan sebesar 9,453 secara satuan.
- Hasil koefisien Kualitas Pelayanan sebesar 0,728. Jika tidak terjadinya perubahan variabel Harga, setiap perubahan pada variabel Kualitas Pelayanan mengakibatkan perubahan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,728 secara satuan.

**Tabel 6. Hasil Olah Data Analisis Regresi Linier Sederhana
Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14,760	3,089		4,779	,000
Harga	,593	,078	,616	7,614	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Terkait pada tabel 6, maka dapat disimpulkan bahwa hasil nilai regresi linier sederhana ditentukan $Y = 14,760 + 0,593X_2$. Dari hasil tersebut, bisa diambil beberapa uraiannya sebagai berikut ini:

- Hasil nilai konstanta 14,760 yang artinya jika variabel Harga tidak dihiraukan, maka Kepuasan Pelanggan sebesar 14,760 secara satuan.
- Hasil koefisien Harga sebesar 0,593. Jika tidak terjadinya perubahan variabel Kualitas Pelayanan, setiap perubahan pada variabel Harga mengakibatkan perubahan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,593 secara satuan.

**Tabel 7. Hasil Olah Data Analisis Regresi Linier Berganda
Kualitas Pelayanan (X_1) Dan Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,988	3,026		2,309	,023
Kualitas Pelayanan	,557	,099	,543	5,598	,000
Harga	,234	,093	,243	2,505	,014

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Terkait pada tabel 7, maka dapat disimpulkan bahwa hasil nilai regresi linier berganda ditentukan $Y = 6,988 + 0,557X_1 + 0,234X_2$. Dari hasil tersebut, bisa diambil beberapa uraiannya sebagai berikut ini:

- Hasil nilai konstanta 6,988 yang artinya jika variabel Kualitas Pelayanan dan Harga tidak dihiraukan, maka Kepuasan Pelanggan sebesar 14,760 secara satuan.



- b. Hasil koefisien Kepuasan Pelayanan sebesar 0,557. Jika tidak terjadinya perubahan variabel Harga, setiap perubahan pada variabel Kualitas Pelayanan mengakibatkan perubahan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,557 secara satuan.
- c. Hasil koefisien Harga sebesar 0,234. Jika tidak terjadinya perubahan variabel Kualitas Pelayanan, setiap perubahan pada variabel Harga mengakibatkan perubahan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,234 secara satuan.

Berikut ini merupakan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) dan secara simultan (uji F) pada analisis kuantitatif dengan menggunakan program analisis SPSS versi 25:

**Tabel 8. Hasil Olah Data Hipotesis Secara Parsial (Uji t)
Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
Coefficients^a**

Model		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Beta		
1	(Constant)		3,215	,002
	Kualitas Pelayanan	,709	9,808	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Terkait pada tabel 8, ditunjukkan bahwa hasil uji parsial (uji t) diperoleh nilai t_{hitung} (9,808) $> t_{tabel}$ (1,661). Diperkuat pada hasil nilai signifikansi atau p value sebesar 0,000 lebih rendah daripada nilai ukuran standar sig. 0,05. Maka dapat diambil kesimpulannya bahwa $H_{a1} : \rho \neq 0$ diterima, dengan keterangan $H_{a1} : \rho \neq 0$; Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang.

**Tabel 9. Hasil Olah Data Hipotesis Secara Parsial (Uji t)
Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
Coefficients^a**

Model		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Beta		
1	(Constant)		4,779	,000
	Harga	,616	7,614	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Terkait pada tabel 9, ditunjukkan bahwa hasil uji parsial (uji t) diperoleh nilai t_{hitung} (7,614) $> t_{tabel}$ (1,661). Diperkuat pada hasil nilai signifikansi atau p value sebesar 0,000 lebih rendah daripada nilai ukuran standar sig. 0,05. Maka dapat diambil kesimpulannya bahwa $H_{a2} : \rho \neq 0$ diterima, dengan keterangan $H_{a2} : \rho \neq 0$; Terdapat pengaruh Harga secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang.



**Tabel 10. Hasil Olah Data Hipotesis Secara Simultan (Uji F)
Kualitas Pelayanan (X_1) Dan Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1172,214	2	586,107	53,911	,000^b
	Residual	1021,951	94	10,872		
	Total	2194,165	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Terkait pada tabel 10, ditunjukkan bahwa hasil uji simultan (uji F) diperoleh nilai F_{hitung} ($53,911$) $> F_{tabel}$ ($3,093$). Diperkuat pada hasil nilai signifikansi atau p value sebesar $0,000$ lebih rendah daripada nilai ukuran standar sig. $0,05$. Maka dapat diambil kesimpulannya bahwa $H_{a3} : \rho \neq 0$ diterima, dengan keterangan $H_{a3} : \rho \neq 0$; Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang.

KESIMPULAN

Keterkaitan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sangat erat, di mana kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik termasuk kecepatan, ketepatan, keramahan, dan solusi yang diberikan kepada pelanggan dapat meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap perusahaan. Kepuasan pelanggan yang dihasilkan dari pelayanan berkualitas tinggi dapat berujung pada peningkatan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung kembali menggunakan produk atau jasa perusahaan serta merekomendasikan kepada orang lain. Dalam konteks penelitian tentang Indomaret *The Icon Broadway* Tangerang, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang signifikan dalam menentukan kepuasan pelanggan, di samping harga sebagai variabel lainnya.

Keterkaitan antara harga dan kepuasan pelanggan berpusat pada persepsi nilai yang diterima oleh konsumen. Harga memainkan peran penting dalam memengaruhi bagaimana konsumen mengevaluasi produk atau layanan, dan seberapa puas mereka dengan keputusan pembelian mereka. Dalam banyak kasus, harga yang lebih tinggi dapat diasosiasikan dengan kualitas yang lebih baik, sementara harga yang lebih rendah mungkin dianggap mencerminkan kualitas yang lebih rendah. Ketika ekspektasi konsumen mengenai kualitas sesuai dengan harga yang dibayar, maka kepuasan mereka akan meningkat.

Keterkaitan antara kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan membentuk suatu hubungan yang kompleks, di mana kedua faktor tersebut saling mempengaruhi persepsi konsumen dan tingkat kepuasan yang mereka rasakan. Jika perusahaan mampu menawarkan pelayanan yang prima dan harga yang kompetitif, maka peluang untuk meningkatkan kepuasan pelanggan akan lebih besar.



DAFTAR PUSTAKA

- A, Muri Yusuf. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Ariyani, A., dan Fauzi, A. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 23-28. E-ISSN: 2828-6898.
- Barata, A. A. (2020). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (R. L. Toruan (ed.) *Edisi Revisi*. Gramedia: Jakarta.
- Fatihudin, D., dan Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44. E-ISSN: 2581-2165.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran. Edisi 1*. Alih bahasa: Bob Sabran, M.M. Jakarta: Erlangga.
- Saripudin, A., Oktriawan, W., dan Kurniasih, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies*, 2(1), 48-57. E-ISSN: 2723-5963.
- Sugiyono, (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*. Yogyakarta: Andi.