



PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN PRODUK JASA VAKSIN DAN GROOMING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PETSHOP SAVANA DI REMPOA

THE EFFECT OF PRICE AND QUALITY OF VACCINE AND GROOMING SERVICE PRODUCTS ON CONSUMER SATISFACTION AT PETSHOP SAVANA IN REMPOA

Lutfi Hidayat¹, Veta Lidya Delimah Pasaribu²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email : hidayatlutfi107@gmail.com¹, dosen01889@unpam.ac.id²

Article Info

Article history :

Received : 10-05-2025

Revised : 12-05-2025

Accepted : 14-05-2025

Pulished : 16-05-2025

Abstract

This study was conducted to determine the Effect of Price and Quality of Service of Vaccination and Grooming Services on Consumer Satisfaction at Savana Petshop in Rempoa. The research method used is descriptive quantitative with an associative approach. The respondents of the study were 88 (eighty eight) who were all consumers (company representatives) of Savana Petshop Rempoa. The results of the study showed that; (1) Price and Quality of Service simultaneously have an influence on Consumer Satisfaction at Savana Petshop in Rempoa of 81.3% strengthened by the results of a positive and significant influence with regression $Y = 2,518 + 0.168 X_1 + 0.775 X_2 + \alpha$. (2) Price partially has a significant influence on Consumer Satisfaction at Savana Petshop in Rempoa with a partial hypothesis of $t_{count} > t_{table}$ ($13.086 > 1.662$). (3) Service quality partially has a significant influence on consumer satisfaction at Savana Petshop in Rempoa with a partial hypothesis of $t_{count} > t_{table}$ ($18.941 > 1.662$).

Keywords : Price, Service Quality, Customer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Produk Jasa Vaksin dan Grooming terhadap Kepuasan Konsumen pada Savana Petshop di Rempoa. Metode penelitian yang digunakan berjenis deskriptif kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Responden penelitian yang digunakan sebanyak 88 (delapan puluh delapan) yang semuanya merupakan konsumen (perwakilan perusahaan) Savana Petshop Rempoa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; (1) Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Savana Petshop di Rempoa sebesar 81,3% diperkuat hasil pengaruh yang positif dan signifikan dengan regresi $Y = 2.518 + 0,168 X_1 + 0,775 X_2 + \alpha$. (2) Harga secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Savana Petshop di Rempoa dengan hipotesis parsial sebesar $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($13,086 > 1,662$). (3) Kualitas Pelayanan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Savana Petshop di Rempoa dengan hipotesis parsial sebesar $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($18,941 > 1,662$).

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen



PENDAHULUAN

Dengan meningkatnya rasa cinta terhadap hewan kesayangan, timbul kebutuhan yang besar akan suatu tempat yang benar-benar dapat menampung serta menyediakan berbagai alat, bahan, dan jasa yang berkaitan dengan perawatan dan pemeliharaan hewan-hewan kesayangan (Rebecca, 2012). Tempat-tempat tersebut berupa pet shop/pet store, pet grooming, pet hotel, serta pet clinic. Beberapa tempat yang sering kita jumpai adalah pet shop, pet hotel, pet grooming, dan pet clinic. Pet shop adalah tempat atau toko yang menyediakan berbagai barang untuk memenuhi kebutuhan hewan peliharaan atau hewan kesayangan. Selain itu, terdapat juga pet hotel, yaitu tempat untuk menitipkan hewan peliharaan; pet clinic untuk pemeriksaan kesehatan hewan; dan pet grooming atau pet salon untuk perawatan hewan (Wijayanti, 2015).

Petshop hewan di era modern saat ini merupakan salah satu hal yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat. Kebanyakan orang memiliki hewan peliharaan sebagai teman di rumah atau pun sebagai pengusir penat setelah seharian bekerja. Hewan peliharaan merupakan salah satu alternatif penghilang stres yang ampuh dan efektif. Bermain bersama hewan peliharaan setelah menjalani berbagai aktivitas seperti bekerja, kuliah, atau sekolah dapat membangkitkan mood dan membuat perasaan menjadi lebih nyaman serta senang.

Savana Petshop adalah sebuah petshop yang berlokasi di Jl. Pahlawan, Rempoa, Ciputat Timur. Savana Petshop merupakan perusahaan yang tergolong dalam usaha kecil menengah (UKM) dan bergerak di bidang penjualan perlengkapan, peralatan, serta makanan hewan peliharaan. Dalam bisnisnya, Savana Petshop menjual berbagai kebutuhan hewan peliharaan, mulai dari makanan untuk kucing, anjing, hamster, hingga kandang, tas, dan lain-lain. Selain menjual berbagai makanan dan aksesoris, Savana Petshop juga menawarkan jasa grooming atau yang dikenal sebagai salon hewan, khusus untuk kucing dan anjing, seperti perawatan, mandi, dan potong kuku.

Grooming berasal dari kata *groom* yang menurut Kamus Bahasa Inggris-Indonesia berarti mengurus, merawat, merapikan, atau memelihara. Secara harfiah, grooming berarti penampilan diri. Grooming secara keseluruhan adalah kegiatan merawat dan memelihara penampilan, serta secara tidak langsung menjaga kesehatan hewan peliharaan. Grooming memiliki banyak tahapan, mulai dari yang sangat sederhana hingga yang lebih kompleks untuk perawatan kesehatan hewan peliharaan. Beberapa di antaranya meliputi pemberian vitamin, memandikan hewan peliharaan, perawatan bulu, pemeriksaan kuku, telinga, serta tubuh yang mungkin mengalami masalah seperti jamur kulit dan sebagainya. Melalui proses grooming yang rutin dan tepat, kebersihan serta kesehatan hewan peliharaan dapat terjaga dengan baik, yang pada akhirnya juga akan meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pemilik hewan. Selain itu, grooming juga dapat menjadi sarana untuk mendeteksi lebih awal adanya gangguan kesehatan pada hewan, sehingga penanganan dapat dilakukan lebih cepat dan tepat.

Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, apabila kinerja berada di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa. Namun, jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan sangat puas. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi



pelanggan atas performa produk atau jasa dalam memenuhi harapan mereka. Pelanggan akan merasa puas apabila harapannya terpenuhi, dan akan sangat puas jika harapan tersebut terlampaui. Harapan konsumen merupakan faktor penting, di mana kualitas layanan yang lebih baik dan mendekati harapan konsumen akan memberikan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Sebaliknya, jika pelayanan tidak sesuai dengan harapan, maka tingkat kepuasan akan menurun.

Salah satu faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Seperti yang dijelaskan oleh Kurz dan Clow (2000) dalam Laksana (2008), pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan adalah apabila pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka akan memberikan kepuasan. Kualitas pelayanan kesehatan hewan adalah pelayanan yang menunjukkan tingkat kesempurnaan pelayanan terhadap hewan, sesuai dengan kode etik dan standar pelayanan, yang juga dapat menimbulkan rasa puas bagi pemilik hewan.

Faktor selanjutnya yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2008), penetapan harga hendaknya didasarkan pada persepsi konsumen terhadap nilai yang diterima, bukan pada biaya penjual atau produsen. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat menentukan harga dan seluruh pengeluaran lain yang dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari jasa tersebut. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan kondisi perekonomian konsumen, agar konsumen mampu membeli barang atau jasa tersebut. Bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan pembelian, karena harga suatu produk memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti bermaksud untuk melaksanakan penelitian ini secara ilmiah dengan mengacu pada konteks judul; **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Produk Jasa Vaksin dan Grooming terhadap Kepuasan Konsumen pada Petshop Savana Di Rempoa”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, permasalahan utama dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh harga produk jasa vaksin dan grooming terhadap kepuasan konsumen pada Savana Petshop di Rempoa?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan jasa vaksin dan grooming terhadap kepuasan konsumen pada Savana Petshop di Rempoa?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan jasa vaksin dan grooming secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Savana Petshop di Rempoa?



METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan yang bersifat lapangan. Jenis penelitian kuantitatif dipilih karena menganggap bahwa realita atau fenomena dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramat, terukur, serta hubungan gejala bersifat sebab-akibat (kausal). Proses penelitian ini bersifat deduktif karena untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat merumuskan hipotesis. Hipotesis tersebut kemudian diuji melalui pengumpulan data lapangan.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris, menguji, dan menjelaskan pengaruh harga serta kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Savana Petshop Rempoa, Tangerang Selatan. Penelitian ini juga disebut sebagai penelitian kuantitatif sebab-akibat, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh (sebab-akibat) dari dua variabel tersebut. Data yang akan diperoleh berasal dari pengamatan langsung di Savana Petshop Rempoa, Tangerang Selatan.

Lebih lanjut, menurut Sugiyono (2021:16), menjelaskan bahwa; “Penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2021:68), menyatakan bahwa; “Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Terdapat dua variabel penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat).

Menurut Sugiyono (2021:69), berpendapat bahwa; “Variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas, merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Adapun pada variabel bebas dalam penelitian ini; Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) yang menjadi fokus subjek pembahasan pengaruhnya terhadap variabel dependen, yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

Variabel dependen menurut Sugiyono (2021:68), menjelaskan bahwa; “Variabel dependen sering disebut dengan variabel terikat, variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Adapun variabel dependen pada penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen (Y), terkait dengan pembahasan penelitian pengaruh Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).


Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator Pernyataan	Skala	Kode
Harga (X₁)	Keterjangkauan harga	Harga yang ditawarkan Savana Petshop terjangkau.	Likert	K1
		Harga produk yang ditawarkan Savana Petshop dikategorikan masih wajar.		K2
		Harga yang ditawarkan Savana Petshop yang murah membuat konsumen kembali lagi.		K3
	Daya saing harga	Harga pada Savana Petshop bersaing dengan kompetitor.		K4
		Harga yang ditawarkan Savana Petshop cenderung lebih rendah dibandingkan kompetitor.		K5
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.		K6
		Harga yang ditawarkan Savana Petshop sesuai dengan harapan konsumen.		K7
		Harga yang ditawarkan bervariasi sesuai kualitas dan tipe produk.		K8
	Kesesuaian hargan dengan kualitas pelayanan	Harga yang ditawarkan sesuai dengan pelayanan yang di dapat.		K9
		Kualitas pelayanan yang didapat melebihi dengan harga yang dibayarkan.		K10
Kualitas Pelayanan (X₂)	Kehandalan	Karyawan Savana Petshop memberikan layanan dan informasi yang detail.	Likert	K11
		Karyawan Savana Petshop memberikan layanan yang sopan.		K12
	Daya Tanggap	Karyawan Savana Petshop memberikan penjelasan setiap produk dengan tanggap.		K13
		Karyawan Savana Petshop menerima dan melayani setiap keluhan dengan tanggap.		K14
	Jaminan	Karyawan Savana Petshop menjamin kerahasiaan data pribadi konsumen.		K15
		Karyawan Savana Petshop memberikan informasi yang akurat mengenai produk yang dijual.		K16
	Empati	Karyawan Savana Petshop membe.rikan bantuan apabila terjadi kendala.		K17
		Karyawan Savana Petshop memiliki kesungguhan dalam merespon setiap permintaan konsumen.		K18
	Bukti Fisik	Buku vaksin dan dokumen lainnya yang diberikan diterima dengan baik.		K19
		Panduan penggunaan produk dijelaskan dengan detail.		K20
Kepuasan Konsumen (Y)	Kualitas	Toko Savana Petshop memberikan kepuasan terhadap kualitas produk yang dijual.	Likert	K21
		Toko Savana Petshop memberi kepuasan dengan selalu menjaga kualitas produk yang dijualnya.		K22



Variabel	Dimensi	Indikator Pernyataan	Skala	Kode
	Harga	Toko Savana Petshop memberi kepuasan terhadap harga produk-produknya.		K23
		Toko Savana Petshop memberi kepuasan dengan promo harga yang diberikan kepada konsumen.		K24
	Service Quality	Customer service toko Savana Petshop memberikan pelayanan yang memuaskan.		K25
		Kurir pengantar/penjemput memberi pelayanan yang memuaskan.		K26
	Kemudahan	Kemudahan dalam mengakses website toko online Savana Petshop.		K27
		Kemudahan dalam pemesanan produk secara online.		K28
	Saluran Distribusi	Lokasi Savana Petshop sangat strategis.		K29
		Dengan melakukan penjualan online Savana Petshop mudah dijangkau oleh konsumen.		K30

Populasi

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2021:126), menjelaskan bahwa; “Populasi merupakan keseluruhan atribut yang dapat berupa manusia, objek, atau kejadian yang menjadi fokus penelitian”. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk mengkaji pengaruh harga dan kualitas pelayanan khususnya pada produk jasa vaksin dan grooming terhadap kepuasan konsumen pada Savana Petshop di Rempoa. Sampel sekaligus sumber data dalam penelitian ini adalah konsumen Savana Petshop, dengan jumlah sebanyak 796 konsumen.

Teknik Sampel

Menurut Sugiyono (2021:127), berpendapat bahwa; “Sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang menjadi fokus penelitian dan dianggap mampu mewakili seluruh populasi”. Penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019:81), *purposive sampling* adalah penentuan sampel dengan cara mengambil data dari sumber-sumber yang dianggap memiliki keterkaitan dan relevansi dengan penelitian yang dilakukan. Teknik ini dipilih karena peneliti ingin memperoleh data secara langsung dari konsumen yang benar-benar pernah menggunakan produk jasa vaksin dan grooming di Savana Petshop, sehingga informasi yang diperoleh lebih relevan dan mendalam.

Secara matematis, rumus Slovin yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N.(e^2)}$$

Keterangan:

- n : Ukuran sampel
 N : Ukuran populasi (796)
 e² : Margins of Error's di pilih 10%



Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{796}{1 + 796 \times (0,01^2)}$$

$$n = \frac{796}{1 + 796 \times 0,01}$$

$$n = \frac{796}{1 + 7,96}$$

$$n = \frac{796}{8,96}$$

$$n = 88,8 \text{ Pembulatan} = 88$$

Didapat jumlah sampel sebanyak 88 responden, yang seluruhnya merupakan konsumen (perwakilan perusahaan) Savana Petshop Rempoa yang telah melakukan pembelian selama periode Januari tahun 2023 hingga Desember tahun 2023.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk memperoleh data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data yang tepat, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019:296).

1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2020:192), menjelaskan; “Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya”. Pada teknik ini, yaitu dengan cara mengajukan pernyataan-pernyataan yang sudah dipersiapkan secara tertulis dengan menyebarkan kuesioner dan disertai dengan alternatif jawaban yang akan diberikan kepada responden.

2. Observasi

Menurut Sugiyono (2020:109), menjelaskan; “Observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.” Pada teknik ini, yaitu dengan cara melakukan pengamatan langsung dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan penelitian secara langsung di lokasi penelitian.

3. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2020:104), berpendapat; “Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh tidak berhubungan langsung memberikan kepada pengumpul data”. Dalam penelitian ini data sekunder yang berupa subjek penelitian mencakup pada jurnal, buku, penelitian terdahulu, dan teori-teori ahli.



Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode regresi berganda (*Multiple Regression*) digunakan untuk menganalisis model yang diajukan oleh peneliti dengan bantuan *Software* SPSS, guna memprediksi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Regresi berganda digunakan ketika terdapat dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor yang dianalisis pengaruhnya terhadap variabel dependen, baik dengan menaikkan maupun menurunkan nilainya.

Dengan demikian, analisis regresi berganda dilakukan apabila jumlah variabel independen minimal dua. Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Y = Variabel dependen (dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen).

a = Bilangan konstanta, merupakan nilai terikat yang dalam hal ini adalah Y pada saat variabel bebasnya adalah konstan atau 0.

b₁ = Koefisien regresi berganda X₁ terhadap variabel terikat Y, apabila variabel bebas X₂ dianggap konstan.

b₂ = Koefisien regresi berganda X₂ terhadap variabel terikat Y, apabila variabel bebas X₁ dianggap konstan.

X₁ = Variabel Independen (X₁) dalam penelitian ini Harga.

X₂ = Variabel Independen (X₂) dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan.

ε = *Disturbance's error*/variabel pengganggu.

2. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2021:147), berpendapat bahwa; “Koefisien determinasi digunakan untuk menyesuaikan beberapa parameter dalam bentuk persentase yang menggambarkan pengaruh terhadap variabel dependen”. Nilai koefisien determinasi mendekati 1 (persentase), artinya variabel-variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Sedangkan, nilai determinasi sebesar 0, artinya variabel-variabel independen hanya memberikan sedikit informasi untuk menjelaskan variasi variabel dependennya. Adapun rumus yang digunakan dalam analisis ini menurut Sugiyono (2021:69), untuk mengetahui besarnya kontribusi dari variabel bebas terhadap variabel terikat yang dapat dihitung suatu koefisien yang disebut koefisien penentuan, yang dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd : Koefisien Determinasi



r^2 : Koefisien korelasi antara variabel bebas dan terikat (dikuadratkan)

100% : Pengalihan yang dipersentasekan (hasil x 100%)

3. Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Menurut Sugiyono (2019:250), berpendapat bahwa; “Uji t dilakukan untuk mengetahui signifikan peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan”. Untuk menguji variabel bebas secara parsial pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf nyata 5%. Uji hipotesis dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} :

- Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 , artinya variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh.
- Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, untuk memperoleh hasil penelitian, peneliti menggunakan alat bantu berupa *software* program *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) for Windows* versi 29. Adapun hasil analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, dan hipotesis secara parsial dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengolahan Regresi Linear Berganda

Variabel Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.518	2.119		1.188	.238
	Harga	.168	.096	.162	1.756	.083
	Kualitas Pelayanan	.775	.094	.758	8.203	<.001

Berdasarkan tabel 2, hasil analisis regresi diperoleh persamaan $Y = 2,518 + 0,168X_1 + 0,775X_2$.

- Nilai konstanta sebesar 2,518 menunjukkan bahwa jika variabel harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) bernilai nol atau tidak ada, maka nilai kepuasan konsumen (Y) tetap sebesar 2,518 satuan.
- Koefisien regresi harga sebesar 0,168 berarti bahwa jika kualitas pelayanan (X_2) tetap (tidak mengalami perubahan), maka setiap peningkatan 1 satuan pada variabel harga (X_1) akan menyebabkan peningkatan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,168 satuan.



- c. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,775 berarti bahwa jika variabel harga (X_1) tetap (tidak mengalami perubahan), maka setiap peningkatan 1 satuan pada kualitas pelayanan (X_2) akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,775 satuan.

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi Secara Simultan Antara
Variabel Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.902 ^a	.813	.809	2.898

Berdasarkan tabel 3, diperoleh nilai *R-square* (koefisien determinasi) sebesar 0,813. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara simultan memberikan kontribusi pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 81,3%. Sedangkan sisanya sebesar 18,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji t Variabel Harga (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.257	2.713		2.675	.009
	Harga	.843	.064	.816	13.086	<.001

Berdasarkan tabel 4, diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($13,086 > 1,662$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara variabel harga terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 5. Hasil Uji t Variabel Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.437	2.078		1.654	.102
	Kualitas Pelayanan	.918	.048	.898	18.941	<.001

Berdasarkan tabel 5, diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($18,941 > 1,662$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.



KESIMPULAN

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin sesuai dan terjangkau harga produk dan jasa yang ditawarkan, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Artinya, harga menjadi salah satu faktor penting yang dipertimbangkan konsumen dalam menilai kualitas pelayanan dan menentukan tingkat kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan oleh Savana Petshop. Harga yang kompetitif, sebanding dengan manfaat dan kualitas pelayanan yang diterima, akan memberikan nilai tambah bagi konsumen, sehingga dapat memperkuat loyalitas dan mendorong keputusan pembelian ulang di masa mendatang.

Kemudian, dapat disimpulkan juga bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, seperti ketepatan waktu, keramahan staf, kebersihan tempat, serta profesionalitas dalam penanganan hewan, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang prima memberikan rasa percaya dan kenyamanan kepada konsumen, sehingga konsumen merasa dihargai dan puas terhadap layanan yang diterima. Hal ini akan mendorong konsumen untuk kembali menggunakan layanan di masa mendatang dan berpotensi merekomendasikannya kepada orang lain.

Hal ini mengindikasikan bahwa semakin sesuai dan terjangkau harga produk dan jasa yang ditawarkan, serta semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan semakin meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Kedua faktor tersebut merupakan elemen penting yang saling melengkapi dalam membentuk persepsi dan keputusan konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh Savana Petshop. Dengan demikian, perusahaan perlu terus menjaga harga yang kompetitif dan meningkatkan kualitas pelayanannya agar mampu memenuhi harapan konsumen, meningkatkan loyalitas, serta mendukung pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Statistika untuk Penelitian (31st ed.)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Lieb, Rebecca. (2012). *Content Marketing Think Like a Publisher How to Use Content to Market Online and in Social Media*. Unite States of America: US Corporate and Government Sales.
- R, Mamik Wijayanti. (2015). *Perancangan Solo Pet*. Center: Surakarta.
- Fajar Laksana. (2008). *Manajemen Pemasaran, Pendekatan Praktis, Edisi 1*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga: Jakarta.
- Ikhsani, K., & Ali, H. (2017). Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Harga dan Brand Awareness (Studi Kasus Produk Teh Botol Sosro di Giant Mall Permata Tangerang). *Swot*, 7(3), 523-541.



- Iskandar, D., & Nasution, M. I. B. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 128-137).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT Indeks.