

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Food Court Bayu Dimsum Vila Dago

Dian Alamanda^{1*}, Purwanti²

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

* Corresponding author: dianalamanda95@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima Juli 2024 Disetujui Agustus 2024 Diterbitkan September 2024</p>	<p>Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Food Court Bayu Dimsum Vila Dago. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Food Court Bayu Dimsum Vila Dago yang tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel menggunakan Rao Purba dan diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan t hitung $>$ t tabel atau $(8,725 > 1,984)$. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan diperoleh t hitung $>$ t tabel atau $(-4,813 > -1,984)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F hitung $>$ F tabel atau $(56,718 > 2,700)$.</p>
<p>Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen</p>	<p>ABSTRACT</p> <p><i>The purpose of this study was to determine the effect of service quality and price on consumer satisfaction at the Bayu Dimsum Vila Dago Food Court. The method used is quantitative. The population in this study were unknown consumers of the Bayu Dimsum Vila Dago Food Court. The sampling technique used Rao Purba and obtained a sample of 100 respondents. The results of this study indicate that service quality has a significant effect on consumer satisfaction with t count $>$ t table or $(8.725 > 1.984)$. Price has a significant effect on consumer satisfaction with t count $>$ t table or $(-4.813 > -1.984)$. Thus H_0 is rejected and H_2 is accepted, meaning that there is a significant effect between price and consumer satisfaction. Service quality and price simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction with F count $>$ F table or $(56.718 > 2.700)$.</i></p>
<p>DOI: 10.32493/jism.v4i3</p>	
<p>Keywords: Service Quality, Price, Consumer Satisfaction</p>	<p>How to cite: Alamanda, D, & Purwanti, P. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Food Court Bayu Dimsum Vila Dago. <i>Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)</i>. 4(3). 631-641</p>



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2024 by author.

PENDAHULUAN

Food Court merupakan sebuah tempat makan yang terdiri dari *counter-counter* makanan yang menawarkan aneka menu yang bervariasi. Food Court adalah area makan yang terbuka dan bersifat informal. Area ini biasanya terdapat di mall-mall atau pusat perbelanjaan, perkantoran modern, universitas, atau sekolah-sekolah yang modern. Pemilik gedung biasanya mempekerjakan beberapa orang yang bertugas untuk mengelola dan menjalankan food court di gedung miliknya.

Untuk mengelolanya, pemilik gedung juga bisa memberikan penawaran kepada sebuah perusahaan pengelolaan properti yang berpengalaman dalam mengelola food court. Selain mampu untuk menarik perhatian banyak pelanggan, food court juga bisa menjadi salah satu ajang untuk membuka pusat keramaian yang sangat efektif. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk membuka food court.

Food Court Bayu Dimsum Vila Dago merupakan tempat makan yang terletak di Vila Dago dan di kelola oleh BAYU TRISNOAJI selaku owner dan RAHMAWATY JEES selaku ibu dari owner pada tempat makan tersebut. Kualitas pelayanan pada Food Court Bayu Dimsum Vila Dago sangat baik, dikarenakan karyawan yang bekerja disana memang dilatih untuk untuk membuat pelanggan merasa nyaman dengan kualitas pelayanan yang diberikan, dari mulai konsumen datang dan memesan menu sampai konsumen selesai makan dan membayar menu yang telah dipesan. Kualitas pelayanan adalah usaha yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan, persyaratan, serta ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan, (Tjipono, 2016).

Penelitian dilakukan oleh Aris Arianto dan Wawan Widiyanto (2021) Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen, hal ini dapat dilihat dari kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 13,125 + 0,677X_2$ nilai korelasi sebesar 0,708 nilai koefisien determinasi sebesar 50,2%. Uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,518 > 1,987$).

Selain dari segi kualitas pelayanan yang baik serta makanan dan minuman yang sangat disukai oleh konsumen, dibalik itu semua ada harga yang memang sangat ramah dikantong pelajar maupun kalangan menengah. Konsumen sangat minat untuk membeli varian menu di Food Court Bayu Dimsum Vila Dago karena salah satunya adalah harga. Food Court Bayu Dimsum Vila Dago menyediakan harga yang sangat terjangkau untuk semua produk yang mereka jual dengan segi kualitas produk yang sangat baik dan harga yang bisa dibilang cukup murah. harga varian produk makanan dan minuman Food Court Bayu Dimsum Vila Dago ada beberapa harga yang lebih tinggi dan ada yang lebih rendah dibandingkan pesaingnya dan ini merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal yang menyebabkan harga kadang mengalami kenaikan atau penurunan yaitu disebabkan bahan baku pada makanan dan juga minuman dari distributor lainnya atau tingkat kemahalan dari merek yang berbeda, maka harga bisa naik dan kadang bisa turun tergantung dari kualitas bahan baku tersebut. Sehingga pemilik usaha ikut menaikkan harga jual Food Court Bayu Dimsum Vila Dago tersebut.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Putri Nilam dan Nur Rachmah (2024) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Busana Muslim Preview Cabang ITC Depok, dari hasil penelitian diperoleh hasil $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($946,756 > 3,09$) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,005$.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Food Court Bayu Dimsum Vila Dago. Metode yang digunakan adalah kuantitatif.

KAJIAN LITERATUR

Kualitas Pelayanan

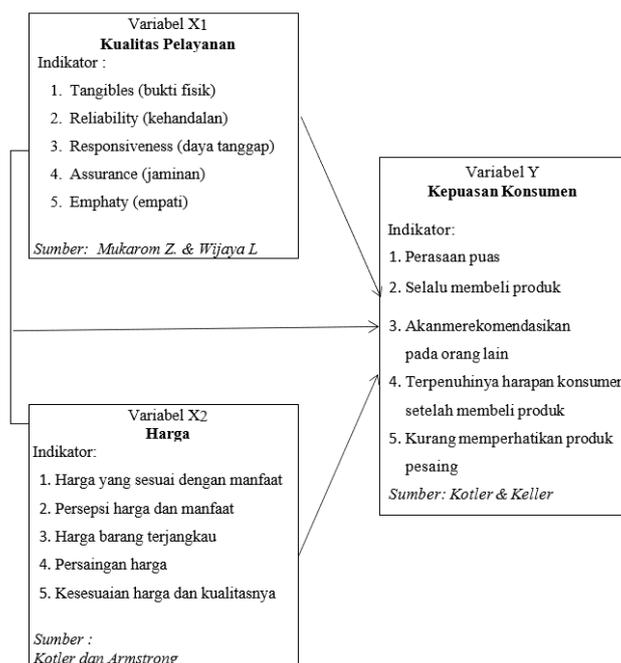
Kasmir (2021) bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen ataupun karyawan. Kepuasan tersebut tentunya dapat tercipta apabila harapan konsumen terpenuhi. Menurut Kotler & Keller (2020) bahwa kualitas pelayanan adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan.

Harga

Menurut Kotler & Amstrong, (2021). Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena telah membeli atau menggunakan produk atau jasa. Menurut Deliyanti Oentoro (Dr. Sudaryono, 2022:216) mengungkapkan bahwa harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Menurut Schiffman & Kanuk (2023) persepsi harga adalah pandangan konsumen mengenai harga yang berpengaruh kuat pada keputusan pembelian dan kepuasan membeli.

Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2021), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Menurut Tjiptono (2020), kepuasan konsumen adalah penilaian pembeli, terhadap penawaran penjual yang dirasa melebihi harapannya dalam membeli.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

H1 : terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Food Court Bayu Dimsum Vila Dago

H2 : terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen pada Food Court Bayu Dimsum Vila Dago.

H3 : terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Food Court Bayu Dimsum Vila Dago

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini dilakukan di Food Court Bayu Dimsum. Jl. Vila Dago Raya, benda Baru, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15415. Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sampling *purposive sampling*. Dalam penelitian ini kuesioner yang dibuat berupa pertanyaan dengan jawaban mengacu pada skala *likert*: Teknik analisis data dengan regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis Regresi Linier

Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	17.259	2.421		7.129	.000
	Kualitas Pelayanan (X1)	.565	.065	.661	8.725	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 17,259 + 0,565X1$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Nilai konstanta sebesar 17,259 diartikan bahwa jika variabel kualitas pelayanan (X1) tidak ada atau sebesar nol, maka nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 17,259 poin. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,565 bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan (X1) maka akan mengakibatkan terjadinya peningkatan pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,565 poin.

Tabel 2 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	44.578	1.349		33.034	.000
	Harga (X2)	-.181	.038	-.437	-4.813	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 44,578 - 0,181X2$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Nilai konstanta sebesar 44,578 diartikan bahwa jika variabel harga (X2) tidak ada atau sebesar nol, maka nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 44,578 poin. Nilai koefisien regresi harga (X2) bertanda negatif, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel harga (X2) maka akan mengakibatkan terjadinya penurunan pada kepuasan konsumen (Y) sebesar -0,181 poin.

Tabel 3 Hasil Uji Regresi Berganda
Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.884	2.626		9.094	.000
	Kualitas Pelayanan (X1)	.513	.060	.600	8.556	.000
	Harga (X2)	-.135	.029	-.325	-4.630	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 23,884 + 0,513X1 - 0,135X2$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 23,884 diartikan bahwa jika variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) tidak dipertimbangkan atau bernilai nol, maka kepuasan konsumen (Y) hanya akan bernilai sebesar 23,884 poin.
- Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,513 bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan (X1) maka akan mengakibatkan terjadinya peningkatan pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,513 poin.
- Nilai koefisien regresi harga (X2) sebesar -0,135 bertanda negatif, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel harga (X2) maka akan mengakibatkan terjadinya penurunan pada kepuasan konsumen (Y) sebesar -0,135 poin.

Analisis Koefisien Korelasi (r).

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Parsial Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
Correlationsb

		Kualitas Pelayanan (X1)	Kepuasan Konsumen (Y)
Kualitas Pelayanan (X1)	Pearson Correlation	1	.661**
	Sig. (2-tailed)		.000
Kepuasan Konsumen (Y)	Pearson Correlation	.661**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

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

b. Listwise N=100

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,661 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,600 s/d 0,799 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang **kuat**.

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Parsial Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
Correlationsb

		Harga (X2)	Kepuasan Konsumen (Y)
Harga (X2)	Pearson Correlation	1	-.437**
	Sig. (2-tailed)		.000
Kepuasan Konsumen (Y)	Pearson Correlation	-.437**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

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

b. Listwise N=100

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar -0,437 dimana nilai tersebut berada pada interval -0,600 s/d -0,799 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang **negatif sedang**.

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.734a	.539	.530	2.371

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,734 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,600 s/d 0,799 artinya variabel kualitas pelayanan dan harga mempunyai tingkat hubungan yang **kuat** terhadap kepuasan konsumen.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.661a	.437	.431	2.607

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,437 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 43,7% sedangkan sisanya sebesar (100-43,7%) = 56,3% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.437a	.191	.183	3.125

a. Predictors: (Constant), Harga (X2)

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,191 maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 19,1% sedangkan sisanya sebesar (100-19,1%) = 80,9% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.734a	.539	.530	2.371

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,539 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan

harga berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 53,9% sedangkan sisanya sebesar $(100-53,9\%) = 46,1\%$ dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Tabel 10 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen(Y)

		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	T
1	(Constant)	17.259	2.421		7.129
	Kualitas Pelayanan (X1)	.565	.065	.661	8.725

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(8,725 > 1,984)$. Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $< 0,050$ atau $(0,000 < 0,050)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Tabel 11 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	T
1	(Constant)	44.578	1.349		33.034
	Harga (X2)	-.181	.038	-.437	-4.813

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(-4,813 > -1,984)$. Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $< 0,050$ atau $(0,000 < 0,050)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang negatif signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Tabel 12 Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Secara Simultan ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	637.827	2	318.914	56.718	.000b
	Residual	545.413	97	5.623		
	Total	1183.240	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(56,718 > 2,700)$, hal ini juga diperkuat dengan signifikansi $< 0,050$ atau $(0,000 <$

0,050). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 17,259 + 0,565X_1$, nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,661 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,437 atau sebesar 43,7% sedangkan sisanya sebesar 56,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($8,725 > 1,984$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian yang penulis lakukan ini, mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Nelli R. Manullang dan Heryenzus (2023) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Extra Qilo Laundry Kiloan di Kota Batam, dimana dalam penelitiannya menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung $9,194 >$ t tabel $1,984$. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hendy Tannady, Yohanes T. Suyoto, Edi Purwanto, Adhika Ibnu. A (2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, dimana dalam penelitiannya menghasilkan kesimpulan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan secara parsial dengan nilai sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan t hitung sebesar 14,654 lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1.651972.

Pengaruh Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana, diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 44,578 - 0,181X_2$, nilai koefisien korelasi sebesar -0,437 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang negative sedang. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,191 atau sebesar 19,1% sedangkan sisanya sebesar 80,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($-4,813 > -1,984$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima artinya terdapat pengaruh yang negatif signifikan harga terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian yang penulis lakukan ini, mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Deni Kurniawan, Mahdi Adriansyah, Irfan S. Gulton (2021) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Barbershop Mr. Head Slipi II Jakarta, dimana dalam penelitiannya menghasilkan kesimpulan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji parsial diperoleh nilai t hitung 5,66 lebih besar dari t tabel $1,661 >$ t tabel, maka H_{02} H_{a2} ditolak dan diterima. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Avantie Sukarsa dan Mahnun Mas'adi (2024) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sava Kopi Pamulang, dimana dalam penelitiannya menghasilkan kesimpulan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan nilai koefisien determinasi sebesar 40,2% dan uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($3,024 > 1,98969$).

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 23,884 + 0,513X_1 - 0,135X_2$. Nilai koefisien korelasi atau tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,734 artinya memiliki hubungan yang negatif. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruhnya secara

simultan sebesar 53,9% sedangkan sisanya sebesar 46,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($56,718 > 2,700$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian yang penulis lakukan ini, mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Mutholib (2016) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Ira Wdya Utama Unit Usaha Driving Range SBCC, dimana dalam penelitiannya menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 30,6% dan sisanya 69,4% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Hal ini juga dapat dilihat $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($21,394 > 3,090$) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nilam Putri. K dan Nur Rachmah. W (2024) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pda Toko Busana Muslim Preview Cabang ITC Depok, dimana dalam penelitiannya menghasilkan kesimpulan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil yang diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($46,756 > 3,09$) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,005$

KESIMPULAN

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 17,259 + 0,565X_1$, nilai korelasi sebesar 0,661 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 43,7% dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($8,725 > 1,984$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 44,578 - 0,181X_2$ nilai korelasi sebesar -0,437 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang negative sedang. Nilai koefisien determinasi sebesar 19,1% dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($-4,813 > -1,984$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 23,884 + 0,513X_1 + -0,135X_2$. Nilai korelasi sebesar 0,734 artinya variabel bebas dengan variabel terikat memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 53,9% sedangkan sisanya sebesar 46,1% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($56,718 > 2,700$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara secara simultan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonius, A. (2020). Kualitas Layanan Administrasi Akademi Di Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik (JIAP) Vol. 6 No.1*, 94-99.
- Ariyanto, A., & Widiyanto, W. (Desember 2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sablon Southern State Di Pondok Pinang. *International Journal of Business and Information Technology Vol.2 No.2 ISSN : 2774-6070*, 210-219.
- Aryanto, S. D. (2020). Pengaruh Antara Motivasi Belajar Siswa Dan Tingkat Ekonomi Orang Tua Terhadap Prestasi Belajar Siswa Kelas X Jurusan Teknik Gambar Bangunan SMK Negeri 4 Semarang Tahun Ajaran 2011/2012. *Scaffolding Vol. 1 No. 1*, 61-68.

- Badriah, S. U., Hidayat, G., & Munggaran, R. (2022). The Influence Of Prices On The Interest Of Buying Consumers Of Yamaha Motorcycles In PT. Ramarayo Sumedang Branch. *Journal Of Bussines Management Basic. Vol. 4 No. 1*, 36-39.
- Dewi, O. I., & Sutanto, E. M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea Di Surabaya. *Agora, Vol. 6, No. 2*, 1-6.
- Dinar, S. L., & Yosepha, S. Y. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Bisnis Kuliner Cafe. *Prosiding SEMANIS : Seminar Nasional Manajemen Bisnis, Vol. 1 , No. 1*, 52-59.
- Dzikra, F. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Ud. Sari Motor Di Pekanbaru. *Eko Dan Bisnis : Riau Economic And Business Review, Vol. 11 No. 3*, 262-267.
- Febtriko, A., & Puspitasari, I. (2018). Mengukur Kreatifitas Dan Kualitas Pemograman Pada Siswa SMK Kota Pekanbaru Jurusan Teknik Komputer Jaringan Dengan Simulasi Robot . *RABIT : Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Univrab Vol. 3 No. 1*, 1-9.
- Fure, H. (2019). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA Vol. 1, No. 3*, 273-283.
- Halawa, M. M., Situmeang, R. R., & Manalu, M. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *JURNAL MANAJEMEN Vol. 13 No. 3*, 339-347.
- Ibrahim, D. M., Sukomo, & Aziz, B. (2020). Pengaruh Penerapan Manajemen Konfik Terhadap Disiplin Kerja Karyawan (Suatu Studi Kasus pada Toko Gunasalma Kawali). *Business Management And Entrepreneurship Journal Vol. 2 No. 3*, 116-129.
- Kencana, P. N., & Wahidah, N. R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Busana Muslim Preview Cabang ITC Depok. *Jurnal Ilman : Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 12 Issue. 1*, 37-43.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1*. Erlangga, Jakarta.
- Kurniawan , D., Adriansyah, M., & Gultom, I. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Barberhop Mr. Head Slipi II Jakarta. *Humanis (Humanities, Management, and Science Proceedings) Vol. 1 No. 2*, 313-324.
- Majid, A., V, A. F., Oktavianti, A. E., Rista, M. A., & Santika, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan). *Journal Of Economics. Management, And Business Research (JEMBER) Vol. 2, No.1* , 214-226.
- Manullang, N. R., & Heryenzus. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Extra Qilo Laundry Kiloan di Kota Batam. *Jurnal eCo-Buss Vol. 5 No. 3*, 806-817.
- Maulida, A. (2021). Pengaruh Iklan, Sales Promotion Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pengguna Shopee). *Journal Entrepreneurship, Management, And Industry (JEMI) Vol. 4 No. 4*, 151-160.
- Mutholib. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Ira Widya Utama Unit Usaha Driving Range SBCC. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Vol. 17, No. 2*, 52-65.
- Ngaisah, S., Yadi, F., & Pratama, A. (2023). Pengaruh Metode Kerja Kelompok Terhadap

Kemandirian Belajar Cakram Warna Kelas IV SD. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar Vol. 08 No. 02*, 1112-1122.

- Nurhayati, I., & Nainggolan, B. M. (2023). Pengaruh Suasana Dan Presepsi Harga Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Di Pomelo Cafe & Resto Kuningan. *EduTurisma Vol. 7 No. 2*, 1-14.
- Panaha, F., & Kojo, C. (2021). Analisis Strategi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Istana Berkat Gemilang. *Jurnal Emba Vol. 9 No.4*, 884-893.
- Putri, S. D., & Arifiansyah, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Auto Service Cempaka Baru. *Stein Erepository Vol.15 No. 1*, 30-37.
- Ratnasari, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Salon Cantik). *KREATIF Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang Vol. 4 No. 1*, 3-26.
- Realino, D., Gula, V. E., & Jelita, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen ISSN : 2988-5418. *LOKAWATI : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset Vol. 1 No. 4*, 68-81.
- Rismawati. (Agustus 2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Bamboo Family Massage and Reflexiology Bandung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (ALMANA) Vol.1 No.2*, 1-13.
- Robot, J. M. (2019). Analisis Pengaruh Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Publicity dan Word OF mouth Terhadap Keputusan Pembelian PT. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Selatan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Mnajemen Vol. 3 No. 3*, 254-267.
- Sudana, I. K., Anggraeni, N. P., & Indrawan, I. E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kober Mie Setan (Study Kasus Mie Kober Setan Peguyangan). *Widyadari Vol. 22 No. 2*, 555-561.
- Sukarsa, A., & Mas'adi, M. (2024). Penngaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sava Kopi Pamulang. *JURAMA (Jurnal Operasional Manajemen) Vol. 1 No. 1*, 1-11.
- Sunardi, D. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Jabatan Fungsional Perekayasa Terhadap Kinerja Pegawai Balai Besar Aerodinamika, Aeroelastika Dan Aeroakustika BPPT, Setu, Tangerang Selatan. *JURNAL MADANI : Ilmu Pengetahuan, Teknologi Dan Humaniora, Vol. 3 No. 1*, 151-163.
- Talur, K. M. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV Flobamora Logistic Di Surabaya. *JURMA: Jurnal Riset Manajemen Vol. 1 No. 3*, 203-223.
- Tannady, H., Suyoto, Y. T., Purwanto, E., & Anugrah, A. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan. *JURNAL KEWARGANEGARAAN Vol. 6 No. 2*, 3910-3921.
- Triznawati, A., & Khairunnisa. (2018). Strategi Marketing Mix Guna Meningkatkan Penjualan Pada Mini Market Z-Market Banjarbaru. *KINDAI Vol. 14 No. 3*, 210-217.
- Worldailmi, E., Wulandari, S., & Prawibowo, S. T. (2022). Penentuan Prioritas Strategi Pemasaran UMKM Naik Kelas. *Jurnal Penelitian dan Aplikasi Sistem & Teknik Industri (PASTI) Vol. XVI No. 2*, 181-195.