



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Adrian Refleksi dan Bekam Depok

Rizki Januarsyah ^{1*}, Suharni Rahayu ²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

* Corresponding author: rizkijanuarsah@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Diterima Mei 2025	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Adrian Refleksi dan Bekam Depok. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode asosiatif. Pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas data, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil yang didapat pada penelitian berdasarkan uji t pada variabel kualitas pelayanan kerja thitung $0,930 < t$ tabel $1,66365$ dengan tingkat signifikan $0,355 > 0,05$ artinya bahwa Kualitas Pelayanan (X_1) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dan variabel Harga (X_2) thitung sebesar $6,634 > t$ tabel $1,66365$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ artinya bahwa Harga (X_2) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Sementara berdasarkan hasil uji F didapatkan bahwa nilai Fhitung $30,884 > F$ tabel $3,11$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Adrian Refleksi dan Bekam Depok. Dengan nilai koefisien determinasi $43,3\%$ sedangkan sisanya $(100 - 43,3\%) = 56,7\%$ dipengaruhi faktor lain.
Disetujui Mei 2025	
Diterbitkan Juni 2025	

DOI: 10.32493/jism.v5i2

Keywords:
Service Quality, Price, Customer Satisfaction

ABSTRACT

This study aims to determine the partial and simultaneous influence of service quality and price on customer satisfaction at Adrian Refleksi and Bekam Depok. This type of research is quantitative with an associative method. Data collection used is a questionnaire, data analysis techniques used are data validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression testing, and hypothesis testing. The results obtained in the study based on the t test on the variable of work service quality t count $0.930 < t$ table 1.66365 with a significant level of $0.355 > 0.05$ meaning that Service Quality (X_1) partially has a significant effect on Customer Satisfaction (Y) and the Price variable (X_2) t count of $6.634 > t$ table 1.66365 with a significant level of $0.000 < 0.05$ meaning that Price (X_2) partially has a significant effect on Customer Satisfaction (Y).

Meanwhile, based on the results of the F test, it was found that the F count value was $30.884 > F$ table 3.11 with a significance level of $0.000 < 0.05$, so it can be concluded that Service Quality (X_1) and Price (X_2) simultaneously have a significant effect on Consumer Satisfaction (Y) at Adrian Refleksi and Bekam Depok. With a determination coefficient value of 43.3% while the rest (100 - 43.3%) = 56.7% is influenced by other factors.

How to cite: Januarsyah, R., & Rahayu, S. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Adrian Refleksi dan Bekam Depok, Banten. *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*. 5(2), 422-432.



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. ©2025 by author.

PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan masyarakat modern saat ini. Banyak faktor yang mempengaruhi kesehatan seseorang, salah satunya adalah gaya hidup. Gaya hidup sehat telah menjadi pilihan utama bagi banyak individu yang berusaha menjaga kesehatannya. Salah satu cara yang populer untuk menjaga kesehatan adalah dengan melakukan pijat refleksi. Pada dasarnya, tubuh manusia memiliki kemampuan untuk mengobati dirinya sendiri, berkat sistem kekebalan tubuh yang ada, seperti kelenjar teroid, parateroid, dan getah bening yang berfungsi sebagai pembunuh kuman dan virus. Namun, di era modern ini, pola hidup yang kurang sehat—seperti stres, kurangnya aktivitas fisik, terlalu banyak berada di ruang ber-AC, kurang tidur, serta konsumsi makanan yang mengandung bahan pengawet, pewarna, dan perasa—dapat mengurangi fungsi tubuh. Dalam konteks ini, pijat refleksi memiliki peran penting untuk menjaga kesehatan tubuh (Desrianto; Afridola, 2020).

Dalam beberapa tahun terakhir, bisnis pijat refleksi telah berkembang pesat sebagai sebuah peluang bisnis yang menjanjikan. Pijat refleksi menjadi bagian dari gaya hidup sehat masyarakat kosmopolitan, dengan semakin banyak orang yang menganggapnya sebagai alternatif untuk menjaga kesehatan dan mengurangi stres. Bisnis pijat refleksi mampu menawarkan berbagai manfaat kesehatan yang dibutuhkan oleh masyarakat, seperti pencegahan berbagai penyakit, peremajaan kulit, meningkatkan sirkulasi darah, mengurangi gangguan tidur, serta memberikan relaksasi bagi pelanggan. Dengan manfaat-manfaat ini, tidak mengherankan jika pijat refleksi telah menjadi solusi yang populer untuk masyarakat yang memiliki aktivitas padat dan menginginkan cara praktis menjaga kesehatan (William & Tiurniari, 2020).

Pijat refleksi sendiri bukanlah pengobatan medis, tetapi lebih kepada pendukung gaya hidup sehat yang dapat dilakukan dengan biaya terjangkau. Kesehatan merupakan harta yang sangat berharga, dan gaya hidup sehat menjadi kunci untuk menikmati kesehatan prima di era global ini. Pijat refleksi tidak hanya berfungsi untuk menjaga kesehatan, tetapi juga sebagai tempat relaksasi bagi pelanggan. Bagi beberapa kalangan, pijat refleksi bahkan telah menjadi bagian dari gaya hidup mereka. Dalam hal ini, pelanggan tidak hanya mencari manfaat kesehatan, tetapi juga kenyamanan tempat, kualitas pelayanan, suasana yang mendukung relaksasi, serta harga yang terjangkau (Lidya et al., 2021).

Tantangan yang dihadapi oleh bisnis pijat refleksi saat ini adalah tingginya tingkat persaingan, terutama dengan munculnya berbagai bisnis spa, pijat, dan refleksi lainnya. Oleh karena itu, untuk tetap eksis di pasar yang kompetitif, pemilik bisnis tempat pijat refleksi harus dapat mengelola berbagai faktor yang dicari pelanggan. Tempat pijat refleksi harus mampu menjadi perusahaan jasa yang dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggannya. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan memainkan peranan yang sangat penting. Jasa yang

diberikan kepada pelanggan menjadi faktor utama dalam menarik dan mempertahankan pelanggan dalam bisnis ini.

Adrian Refleksi dan Bekam, yang berlokasi di Kota Depok, merupakan salah satu contoh bisnis tempat pijat refleksi yang berkembang pesat. Melihat tingginya permintaan, terutama di Kota Depok yang masih memiliki sedikit pesaing dalam bisnis ini, Adrian Refleksi dan Bekam berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan dengan memberikan berbagai inovasi dan layanan yang memadai. Pihak manajemen tidak hanya fokus pada kualitas pelayanan, tetapi juga menciptakan suasana yang nyaman, harga yang kompetitif, serta kualitas pijatan yang optimal. Data pengunjung pada Adrian Refleksi dan Bekam dari tahun 2021 hingga 2023 menunjukkan bahwa bisnis ini terus mengalami peningkatan jumlah pelanggan. Pada tahun 2023, jumlah pelanggan yang memiliki kartu anggota atau berlangganan mencapai 500 orang dari total 3.650 pengunjung. Angka ini menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi, mengingat pelanggan yang memiliki kartu anggota cenderung kembali menggunakan jasa yang sama.

Meskipun demikian, persaingan di Kota Depok cukup ketat dengan hadirnya bisnis pijat lainnya seperti Cahaya Refleksi, Jari Manis, Chi Refleksi, Every Day, dan Frans Ebbe. Dalam hal ini, kualitas layanan dan teknik pijatan menjadi faktor utama yang membedakan setiap tempat pijat refleksi. Untuk dapat bersaing, bisnis seperti Adrian Refleksi dan Bekam harus selalu meningkatkan kualitas pelayanannya, tidak hanya dari sisi keahlian terapis, tetapi juga dalam aspek kecepatan layanan, kenyamanan, serta profesionalisme. Di sisi lain, pelanggan yang merasa puas dengan kualitas pelayanan akan cenderung kembali dan bahkan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Sebuah penelitian terhadap 30 pelanggan yang memiliki kartu anggota menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan merasa puas dengan kualitas layanan, meskipun masih ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti keahlian terapis dan kecepatan dalam memberikan informasi.

Selain kualitas pelayanan, harga juga merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam keputusan pelanggan untuk memilih tempat pijat refleksi. Dalam hal ini, persepsi harga yang tepat sangat penting untuk menarik pelanggan. Penentuan harga yang terlalu tinggi dapat menyebabkan pelanggan beralih ke pesaing, sedangkan harga yang terlalu rendah mungkin menurunkan persepsi kualitas layanan. Dalam hal ini, strategi penetapan harga yang bijaksana harus mempertimbangkan kondisi pasar dan daya beli pelanggan. Sebagai contoh, harga yang ditawarkan oleh Adrian Refleksi lebih tinggi dibandingkan dengan beberapa pesaingnya seperti Cahaya Refleksi. Hal ini menunjukkan bahwa Adrian Refleksi harus dapat memberikan nilai lebih dalam hal kualitas dan pengalaman pelanggan agar harga yang lebih tinggi tersebut dapat diterima oleh pelanggan.

Research gap dalam studi ini terletak pada keterbatasan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam industri pijat refleksi, terutama di Kota Depok. Walaupun banyak penelitian yang membahas tentang kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan, masih sangat sedikit yang meneliti bagaimana berbagai faktor seperti harga, kualitas layanan, suasana, dan keahlian terapis secara simultan mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam bisnis pijat refleksi. Selain itu, penelitian yang lebih mendalam mengenai preferensi pelanggan terhadap jenis layanan dan apakah faktor demografi (seperti usia, jenis kelamin, dan pekerjaan) turut mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam bisnis pijat refleksi juga masih sangat terbatas. Untuk menjawab gap tersebut, penelitian selanjutnya dapat fokus pada analisis hubungan antara kualitas pelayanan, harga, suasana tempat, dan loyalitas pelanggan dengan menggunakan pendekatan yang lebih komprehensif dan teknik analisis statistik yang lebih mendalam. Hal ini dapat membantu pemilik bisnis untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

KAJIAN LITERATUR

Kualitas Pelayanan

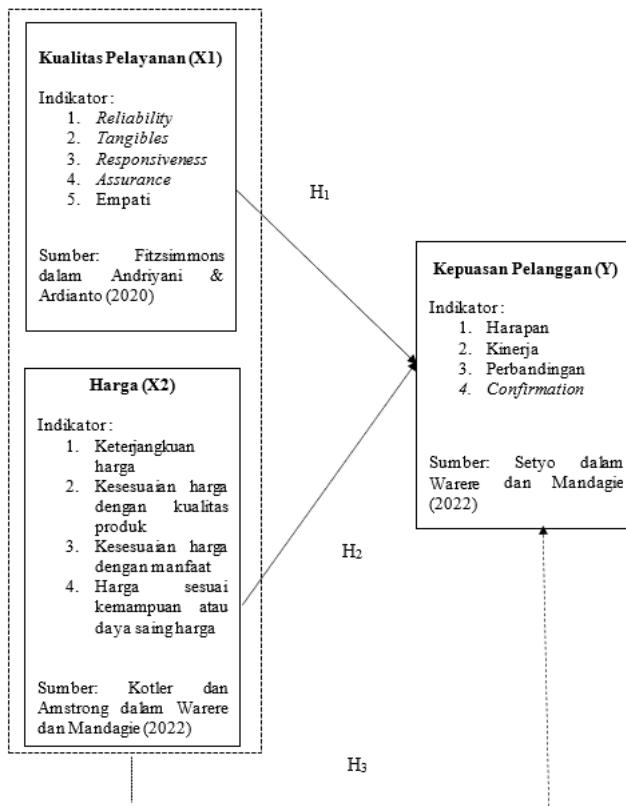
Menurut Arianto (2018:83) kualitas Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2016:143) “kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan”. Menurut Kasmir (2017:47) kualitas Kualitas Pelayanan didefinisikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan maupun karyawan. Sedangkan menurut Aria dan Atik (2018:16) kualitas Kualitas Pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan Kualitas Pelayanan prima. Kualitas Kualitas Pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas Kualitas Pelayanan yang diberikan dengan baik.

Harga

Harga menjadi salah satu elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan. Menurut Kotler dan Amstrong (2016: 324), *price the amount of money charged for a product or service, or the sum of the value that customers exchange for the benefits or having or using the product or service*. Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa. Menurut Lupiyoadi (2013: 95), berpendapat bahwa harga merupakan alat pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk, dan keputusan konsumen untuk membeli.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2015:146), “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya”. Menurut Sunyoto (2015:140). Kepuasan pelanggan merupakan salah satu alasan dimana pelanggan memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila pelanggan merasa puas dengan suatu produk maupun jasa, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut. Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2018:39) kepuasan pelanggan merupakan salah satu pendorong utama yang menhubungkan antara perusahaan dan pelanggan dalam jangka panjang. Jika berbicara tentang kepuasan atau ketidakpuasan, terdiri dari perasaan senang tertentu atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kinerja suatu produk dengan keinginan pribadi. Menurut Riyanto (2018:118) kepuasan pelanggan adalah perbandingan kualitas layanan yang dialami pelanggan, yang diharapkan pelanggan apabila kualitas yang dialami oleh pelanggan lebih rendah yang diharapkan, maka akan terjadi ketidakpuasan. pelanggan sesuai yang diharapkan, pelanggan akan puas, dan apabila kualitas pelayanan lebih apa yang diharapkan, pelanggan akan sangat puas. Berdasarkan pengertian para ahli dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan penilaian setiap konsumen dengan membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan. Jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa kecewa.



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Hipotesis

- H1: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Andrian Refleksi dan Bekam Depok
- H2: Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Andrian Refleksi dan Bekam Depok
- H3: Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Andrian Refleksi dan Bekam Depok.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis penelitian asosiatif kuantitatif. Metode asosiatif merupakan metode yang bermaksud untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengaruh antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Menurut Sugiyono (2021: 44) yaitu “Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih”. Sedangkan metode kuantitatif menurut Sugiyono (2021: 35) adalah 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. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang datang ke Adrian Refleksi dan Bekam Depok. Dengan jumlah pelanggan yang datang pada periode Januari 2024 hingga Maret 2024 berjumlah 500 orang. Dari perhitungan yang dilakukan sesuai rumus *Slovin* maka diperoleh sampel sebanyak 83 responden yang berasal dari populasi sebesar 500 Pelanggan yang memiliki kartu anggota (berlangganan) dan dengan tingkat kesalahan ditetapkan 10%. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada para responden melalui *Google Form*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Uji t atau uji parsial dimaksudkan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri

terhadap variabel terikatnya. Uji F atau simultan dimaksudkan untuk menguji pengaruh semua variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Pada pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Jika signifikansi > 0,05 maka H₀ diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a		t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients			
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	6.891	2.433		2.832 .006
	Kualitas Pelayanan	.031	.078	.037	.401 .689
	Harga	.714	.102	.652	6.983 .000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS versi 23 (2025)

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 6,891 + 0,031(X_1) + 0,714(X_2)$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar 6,891 konstanta (α) diartikan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X₁) dan Harga (X₂) tidak ada, maka telah terdapat nilai Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 6,891 Poin.
- Nilai Kualitas Pelayanan (X₁) 0,031 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Harga (X₂), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Kualitas Pelayanan (X₁) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,031 Poin.
- Nilai Harga (X₂) 0,714 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Pelayanan (X₁), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Harga (X₂) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,714 Poin.

Tabel 2. Hasil Analisis Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Correlations

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.353 **
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	84	84
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.353 **	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	84	84

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

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS versi 23 (2025)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai *Koefisien korelasi* sebesar 0,353 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan rendah diantara interval 0,200 – 0,399.

Tabel 2. Hasil Analisis Koefisien Korelasi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan
Correlations

		Harga	Kepuasan Konsumen
Harga	Pearson Correlation	1	.653 **
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	84	84
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.653 **	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

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

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS versi 23 (2025)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai *Koefisien korelasi* sebesar 0,653 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan kuat diantara interval 0,600 – 0,799.

Tabel 3. Hasil Analisis Koefisien Korelasi Secara Simultan
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.670 ^a	.449	.435	2.96721	1.965

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

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS versi 23 (2025)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai *Koefisien korelasi* sebesar 0,670 artinya variabel kualitas pelayanan dan harga mempunyai tingkat hubungan sedang terhadap kepuasan Pelanggan.

Tabel 4. Hasil Uji Koefiesien Determinasi (X1) Terhadap (Y)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.337 ^a	.113	.102	3.74115

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS versi 23 (2025)

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4 diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,113 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 11,3% sedangkan sisanya (100 – 11,3%) = 88,7% dipengaruhi faktor lain.

Tabel 5. Hasil Uji Koefiesien Determinasi (X2) Terhadap (Y)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.669 ^a	.448	.441	2.95180

a. Predictors: (Constant), Harga

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS versi 23 (2025)

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 5 diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,427 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X2) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 44,8% sedangkan sisanya ($100 - 44,8\% = 55,6\%$) dipengaruhi faktor lain.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (X1) dan (X2) Terhadap (Y)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.670 ^a	.449	.435	2.96721	1.965

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

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS versi 23 (2025)

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 6 diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,449 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 44,9% sedangkan sisanya ($100 - 44,9\% = 55,1\%$) dipengaruhi faktor lain.

Tabel 7 Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.	
	B	Std. Error				
1	(Constant)	6.891	2.433		2.832	.006
	Kualitas Pelayanan	.031	.078	.037	.401	.689
	Harga	.714	.102	.652	6.983	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS versi 23 (2025)

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan mengenai uji hipotesis dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut: Berdasarkan hasil uji t (parsial) terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X1) didapatkan thitung sebesar 0,401 dan ttabel 1,66365 (Df= n – k - 1 jadi Df= 83 – 2 – 1 = 80) atau thitung lebih kecil dari ttabel (thitung < ttabel) dengan signifikansi 0,689 yang berarti lebih besar dari 0,05. Maka artinya yaitu variabel Kualitas Pelayanan (X1) bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Adrian Refleksi dan Bekam Depok. Berdasarkan hasil uji t (parsial) terhadap variabel Harga (X2) didapatkan thitung sebesar 6,983 dan ttabel 1,66365 (Df= n – k - 1 jadi Df= 83 – 2 – 1 = 80) atau thitung lebih besar dari ttabel (thitung > ttabel) dengan signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Maka artinya yaitu variabel Harga (X2) bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Adrian Refleksi dan Bekam Depok.

Tabel 8 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	574.402	2	287.201	32.620 .000 ^b
	Residual	704.345	80	8.804	
	Total	1278.747	82		

a. Dependent Variable: Kepuasan

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

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS versi 23 (2025)

Berdasarkan dari hasil uji simultan Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada tabel dapat dilihat bahwa nilai Fhitung $32,620 > F_{tabel}$, nilai F_{tabel} sebesar 3,11, dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Adrian Refleksi dan Bekam Depok.

Pembahasan Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t (parsial) terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X1) didapatkan thitung sebesar 0,401 dan ttabel 1,66365 ($Df = n - k - 1$ jadi $Df = 83 - 2 - 1 = 80$) atau thitung lebih kecil dari ttabel ($thitung < ttabel$) dengan signifikansi 0,689 yang berarti lebih besar dari 0,05. Maka artinya yaitu variabel Kualitas Pelayanan (X1) bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Adrian Refleksi dan Bekam Depok. Dengan demikian penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian I Wayan Meryawan (2024) tentang “Dampak Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Anahata Villas And Spa Resort Ubud” menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, ada kebijakan yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Namun penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Meli Andriyani & Riski Eko Ardianto (2020) dimana kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang artinya pelayanan yang baik tidak menentukan pelanggan dalam melakukan minat kepuasan. Kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan atas keunggulan dan keistimewaan produk atau pelayanan secara menyeluruh yang dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada keputusan pelanggan dalam menentukan pembelian produk/jasa.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t (parsial) terhadap variabel Harga (X2) didapatkan thitung sebesar 6,983 dan ttabel 1,66365 ($Df = n - k - 1$ jadi $Df = 83 - 2 - 1 = 80$) atau thitung lebih besar dari ttabel ($thitung > ttabel$) dengan signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Maka artinya yaitu variabel Harga (X2) bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Adrian Refleksi dan Bekam Depok. Dengan demikian penelitian ini sejalan dengan penelitian Ditya Vanessa Putri dan Ahmad Munandar (2023) serta Taufik Nur Dwiyantono dan Yahya (2019) yang mengatakan bahwa harga memiliki pengaruh secara langsung pada variabel kepuasan pelanggan. Banyak perusahaan yang menawarkan produk mereka dengan harga yang dapat dijangkau oleh pelanggan. Mendapatkan suatu produk dengan harga yang terjangkau tentu akan membuat pelanggan merasa puas. Mereka akan kembali lagi untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut karena pelanggan merasa harga yang ditetapkan oleh perusahaan lebih murah dibandingkan harga yang ditetapkan oleh perusahaan pesaingnya. Tetapi sebaliknya, apabila perusahaan menetapkan harga yang sulit dijangkau oleh pelanggan, maka pelanggan akan berpaling ke perusahaan lain yang sejenis dengan harga yang lebih terjangkau. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan dari hasil uji simultan Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada tabel dapat dilihat bahwa nilai Fhitung $32,620 > F_{tabel}$, nilai F_{tabel} sebesar 3,11, dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa

kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Adrian Refleksi dan Bekam Depok. Kualitas pelayanan merupakan hal yang harus dipertahankan oleh sebuah perusahaan, karena kualitas pelayanan yang baik dapat membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan, disertai dengan mendapatkan suatu produk dengan harga yang terjangkau tentu akan membuat pelanggan merasa puas. Mereka akan kembali lagi untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut karena pelanggan merasa harga yang ditetapkan oleh perusahaan lebih murah dibandingkan harga yang ditetapkan oleh perusahaan pesaingnya.

KESIMPULAN

Hasil uji t terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X1) menunjukkan hitung sebesar 0,401, lebih kecil dari ttabel 1,66365 dengan signifikansi 0,689 (lebih besar dari 0,05). Ini berarti Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Adrian Refleksi dan Bekam Depok. Hasil uji t terhadap variabel Harga (X2) menunjukkan hitung sebesar 6,983, lebih besar dari ttabel 1,66365 dengan signifikansi 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Ini berarti Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Adrian Refleksi dan Bekam Depok. Hasil uji simultan menunjukkan Fhitung sebesar 32,620, lebih besar dari Ftabel 3,11 dengan signifikansi 0,000 (kurang dari 0,05), yang berarti Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Adrian Refleksi dan Bekam Depok.

DAFTAR PUSTAKA

- Afridola, S., & Desrianto. (2020). Pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Coffee Town Bakery di Kota Batam. *Jurnal Emba*, 8(1), 2020–2033.
- Andriyani, M., & Ardianto, R. E. (2020). Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah bank. *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(2), 133–140.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam menggunakan jasa hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 123–134.
- I Wayan Meryawan. (2024). Dampak kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen Anahata Villas and Spa Resort Ubud. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya*, 9(2), 135–147.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 1 & 2). Jakarta: PT Indeks.
- Lidya, W. A., D., M. J. D., & Hendra, T. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan ikan bakar Kinamang. *Emba*, 9(3), 1277–1285.
- Putri, D. V., & Munandar, A. (2023, Desember). Pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa Vivie Salon Kabupaten Kebumen. In *Prosiding Seminar Sosial Politik, Bisnis, Akuntansi dan Teknik* (Vol. 5, pp. 286–291).

Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (edisi terbaru). Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.

William, & Tiurniari, P. (2020). Kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Mazda di Kota Batam. *Jurnal Emba*, 8(1), 1987–1996.