

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Rental *Outdoor Gear* Malabar Adventure Di Kabupaten Bandung

Syahrul Ghupron Mubarak^{1,2}, R Iim Takwim,²

¹Mahasiswa, Universitas Wanita Internasional

²Dosen, Universitas Wanita Internasional

¹syahrulgm2003@gmail.com, ²r.iimtakwim@iwu.ac.id

*Corresponding author: syahrulgm2003@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the effect of service quality and price on customer satisfaction at Malabar Adventure Outdoor Gear Rental Store. This research employs a quantitative approach using a survey method involving customers of Malabar Adventure Outdoor Gear Rental Store. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression analysis, partial significance test (t-test), simultaneous significance test (F-test), and the coefficient of determination (R^2). The results indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Price also has a positive and significant effect on customer satisfaction. Simultaneously, service quality and price have a positive and significant effect on customer satisfaction. The coefficient of determination (R^2) also indicates that variations in customer satisfaction can be explained by service quality and price, while the remaining variations are influenced by other factors beyond the scope of this study. Based on the research findings, it can be concluded that service quality is the most dominant variable in improving customer satisfaction, followed by price. Therefore, Malabar Adventure Outdoor Gear Rental Store is advised to continuously improve its service quality through service standardization and employee training, as well as implement competitive and transparent pricing strategies that are aligned with the benefits received by customers in order to increase customer satisfaction.*

Keywords: *Service Quality; Price; Customer Satisfaction.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Rental Outdoor Gear Malabar Adventure. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap pelanggan Toko Rental Outdoor Gear Malabar Adventure. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Harga juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasi (R^2) juga menunjukkan bahwa variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan harga, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, diikuti oleh harga. Oleh karena itu, Toko Rental *Outdoor Gear* Malabar Adventure disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui standarisasi pelayanan dan pelatihan karyawan, serta menerapkan strategi harga yang kompetitif, transparan, dan sesuai dengan manfaat yang diterima pelanggan guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan; Harga; Kepuasan Pelanggan*

Pendahuluan

Meningkatnya minat masyarakat terhadap aktivitas luar ruang (*outdoor activities*), seperti pendakian dan berkemah, mendorong meningkatnya kebutuhan akan perlengkapan outdoor. Namun, tingginya harga perlengkapan dan frekuensi penggunaan yang tidak rutin menjadikan jasa penyewaan (*rental*) sebagai pilihan yang lebih ekonomis. Di tengah persaingan usaha rental

outdoor yang semakin ketat, kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha karena pelanggan yang puas cenderung melakukan penyewaan ulang dan memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya kualitas pelayanan dan harga. Kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan melalui pelayanan yang andal, cepat, ramah, dan responsif. Menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2013), kualitas pelayanan diukur melalui lima dimensi, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Selain itu, harga juga menjadi pertimbangan utama pelanggan dalam memilih penyedia jasa. Harga yang kompetitif dan sesuai dengan manfaat yang diterima akan meningkatkan persepsi nilai serta kepuasan pelanggan (Kotler & Armstrong, 2018).

Toko Rental Outdoor Gear Malabar Adventure merupakan salah satu penyedia jasa penyewaan perlengkapan outdoor di Kota Bandung. Berdasarkan hasil pra-survei terhadap 30 pelanggan, diperoleh nilai rata-rata kualitas pelayanan sebesar 48%, kebersihan dan kelayakan peralatan sebesar 46%, persepsi harga sebesar 48%, serta kepuasan pelanggan sebesar 49%. Seluruh hasil tersebut berada pada kategori rendah, yang menunjukkan masih adanya ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan pelayanan dan harga yang diterima. Selain itu, hasil observasi menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan di Malabar Adventure masih lebih rendah dibandingkan beberapa usaha rental outdoor sejenis di Kota Bandung.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Namun, penelitian mengenai kedua variabel tersebut pada industri penyewaan perlengkapan outdoor masih relatif terbatas, khususnya pada usaha rental skala lokal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Rental Outdoor Gear Malabar Adventure.

Penelitian ini mengacu pada konsep manajemen pemasaran yang menekankan penciptaan nilai bagi pelanggan melalui pelayanan yang berkualitas dan penetapan harga yang sesuai (Kotler & Keller, 2021). Kualitas pelayanan diartikan sebagai kemampuan perusahaan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan harga merupakan nilai yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh manfaat suatu jasa. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pelanggan setelah membandingkan kinerja yang diterima dengan harapannya. Dengan demikian, kualitas pelayanan dan harga yang sesuai diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan serta memperkuat daya saing Toko Rental Outdoor Gear Malabar Adventure.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatori untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Rental Outdoor Gear Malabar Adventure, Kabupaten Bandung. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan menguji hubungan antarvariabel secara statistik melalui pengujian hipotesis.

Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan yang pernah melakukan penyewaan perlengkapan outdoor di Toko Rental Outdoor Gear Malabar Adventure dalam tiga bulan terakhir, dengan jumlah sebanyak 400 pelanggan. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan

tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh jumlah minimal 80 responden. Untuk meningkatkan representativitas data, penelitian ini menggunakan 100 responden yang dipilih dengan teknik purposive sampling, yaitu pelanggan yang pernah melakukan penyewaan dalam tiga bulan terakhir dan bersedia mengisi kuesioner.

Instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas dengan korelasi Pearson Product Moment dan uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Analisis data dilakukan dengan bantuan SPSS versi 29 melalui analisis statistik deskriptif dan inferensial. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Selanjutnya, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dianalisis menggunakan regresi linear berganda, dengan pengujian hipotesis melalui uji t untuk mengetahui pengaruh parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan.

Hasil Dan Pembahasan

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil dari pengujian instrumen dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten. Uji validitas menggunakan korelasi Pearson dengan nilai r-tabel sebesar 0,361 menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel Kualitas Pelayanan (X_1) memiliki nilai r-hitung 0,583 – 0,816, variabel Harga (X_2) sebesar 0,551 – 0,814, dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,452– 0,765. Seluruh nilai tersebut lebih besar dibandingkan nilai r-tabel (0,361), sehingga seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Selanjutnya, uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memperoleh nilai 0,879, Harga 0,872, dan Kepuasan Pelanggan 0,806. Seluruh nilai melebihi batas minimum 0,60 yang mana menunjukkan tingkat reliabilitas tinggi. Dengan demikian, instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik sehingga dapat digunakan pada tahap analisis berikutnya.

Tabel 1. Ringkasan Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Rentang r-hitung	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,583 - 0,816	0,879	Valid dan Reliabel
Harga	0,551 - 0,814	0,872	Valid dan Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,452 - 0,765	0,806	Valid dan Reliabel

Sumber: Data primer diolah peneliti 2026

Uji analisis Deskriptif

Selanjutnya ada analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui persepsi responden terhadap variabel penelitian berdasarkan nilai rata-rata (mean). Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,69, yang termasuk kategori tinggi.

Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan menilai pelayanan yang diberikan Malabar Adventure telah memenuhi harapan mereka. Indikator dengan nilai tertinggi adalah kemampuan karyawan memahami kendala pelanggan (mean = 4,42). Hal ini menunjukkan bahwa karyawan memiliki kemampuan yang baik dalam memberikan solusi terhadap kebutuhan pelanggan dan indikator dengan nilai terendah adalah perhatian karyawan kepada pelanggan (mean = 3,33), diikuti kecepatan merespons pelanggan (mean = 3,46). Hasil ini menunjukkan bahwa aspek empati dan daya tanggap masih perlu ditingkatkan agar pengalaman pelanggan menjadi lebih baik.

Pada variabel Harga memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,74, yang termasuk kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum pelanggan menilai harga sewa di Malabar Adventure sudah sesuai dengan manfaat yang diterima. Indikator dengan nilai tertinggi adalah harga sesuai dengan ekspektasi pelanggan (mean = 4,45) dan indikator harga terjangkau memperoleh nilai paling rendah (mean = 3,27), disusul perubahan harga masih dapat diterima (mean = 3,38). Kondisi ini mengindikasikan bahwa sebagian pelanggan masih mempertimbangkan aspek keterjangkauan serta mengharapkan adanya konsistensi harga. Hasil tersebut menunjukkan bahwa strategi penetapan harga yang transparan dan stabil akan meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap jasa penyewaan.

Variabel Kepuasan Pelanggan memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,55, yang termasuk kategori sedang. Indikator dengan nilai tertinggi adalah Malabar Adventure mampu memenuhi kebutuhan pelanggan secara keseluruhan (mean = 4,49). Di sisi lain, indikator proses penyewaan mudah dan tidak membingungkan memperoleh nilai terendah (mean = 2,81), diikuti kepuasan terhadap kondisi barang (mean = 2,98). Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan masih mengharapkan proses administrasi yang lebih sederhana serta kondisi perlengkapan yang lebih baik.

Secara keseluruhan, hasil deskriptif menunjukkan bahwa meskipun pelanggan cukup puas terhadap pelayanan dan harga, masih terdapat beberapa aspek operasional yang perlu ditingkatkan agar tingkat kepuasan menjadi lebih optimal.

Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov Smirnov untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal. Hasil pengujian menunjukkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,200 dan Monte Carlo Sig. sebesar 0,832. Kedua nilai tersebut lebih besar daripada taraf signifikansi 0,05, sehingga residual penelitian dinyatakan berdistribusi normal. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas, model regresi memenuhi salah satu persyaratan untuk dilakukan analisis regresi linear berganda.

Tabel 2. Ringkasan Uji Normalitas

Statistik	Nilai
Test Statistic	0,052
Asymp. Sig.	0,200
Monte Carlo Sig.	0,832
Kesimpulan	Data Berdistribusi Normal

Sumber: Data primer diolah peneliti 2026

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal sehingga memenuhi salah satu asumsi dasar regresi linear. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas, model regresi dapat digunakan untuk menguji hubungan antara kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan.

Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Harga memiliki nilai Tolerance sebesar 0,361 ($> 0,10$) dan VIF sebesar 2,767 (< 10). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang kuat antarvariabel independen, sehingga masing-masing variabel dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan tanpa menimbulkan masalah multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil uji Durbin-Watson diperoleh nilai sebesar 2,025, yang berada di antara nilai du (1,72) dan $4 - du$ (2,28). Dengan demikian, model regresi tidak mengalami autokorelasi. Artinya, residual pada model bersifat independen sehingga hasil estimasi regresi menjadi lebih reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	2.025

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data primer diolah peneliti 2026

Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji Glejser menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai signifikansi 0,702, sedangkan variabel Harga sebesar 0,898, yang keduanya lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga varians residual bersifat konstan (homoskedastisitas) dan model regresi memenuhi asumsi klasik.

Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.633	1.723		2.689	0.009

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Rental Outdoor Gear Malabar Adventure Di Kabupaten Bandung

Kualitas Pelayanan (X1)	-0.029	0.075	-0.071	-0.384	0.702
Harga (X2)	-0.009	0.067	-0.024	-0.129	0.898
a. Dependent Variable: ABS_RES					

Sumber: Data primer diolah peneliti 2026

Uji regresi linear berganda

Hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan:

$$Y = 15,286 + 0,320X_1 + 0,225X_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga memiliki arah pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0,320 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,320 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Sementara itu, koefisien Harga sebesar 0,225 menunjukkan bahwa setiap peningkatan persepsi harga yang semakin baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,225 satuan. Berdasarkan nilai Standardized Beta, Kualitas Pelayanan ($\beta = 0,378$) memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan Harga ($\beta = 0,297$) dalam model regresi berganda.

Uji koefisien determinasi

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,411, yang berarti Kualitas Pelayanan dan Harga mampu menjelaskan 41,1% variasi Kepuasan Pelanggan. Sementara itu, 58,9% variasi kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, seperti kualitas produk, citra perusahaan, promosi, lokasi, kemudahan layanan, maupun pengalaman pelanggan. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,396 yang tidak berbeda jauh dengan R Square menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan cukup baik dan memiliki kemampuan prediksi yang memadai.

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.641 ^a	0.411	0.396	4.249	2.025
a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)					
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)					

Sumber: Data primer diolah peneliti 2026

Uji hipotesis

Hasil uji t menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan ($t = 7,075$; $p = 0,000$) dan Harga ($t = 6,781$; $p = 0,000$) masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan

Pelanggan. Hal ini berarti peningkatan kualitas pelayanan maupun persepsi harga yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selanjutnya, hasil uji F menunjukkan nilai Fhitung sebesar 28,257 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hasil ini membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian, model regresi yang dibangun layak digunakan untuk menjelaskan hubungan antarvariabel dalam penelitian ini.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Rental Outdoor Gear Malabar Adventure, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Instrumen penelitian telah memenuhi kriteria valid dan reliabel, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur penelitian.
2. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memperoleh kategori tinggi, namun kepuasan pelanggan masih berada pada kategori sedang. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun pelanggan telah memberikan penilaian yang baik terhadap pelayanan dan harga, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, terutama perhatian dan kecepatan respons karyawan, keterjangkauan harga, kemudahan proses penyewaan, serta kondisi perlengkapan yang disewakan.
3. Model regresi telah memenuhi seluruh asumsi klasik, yaitu data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas, tidak terjadi autokorelasi, dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi linear berganda yang digunakan layak untuk menjelaskan hubungan antara kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan.
5. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang sesuai dengan manfaat dan kualitas layanan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.
6. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai F-hitung sebesar 28,257 menunjukkan bahwa kedua variabel secara bersama-sama memengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, nilai R Square sebesar 0,411 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga mampu menjelaskan 41,1% variasi kepuasan pelanggan, sedangkan 58,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

DAFTAR REFERENSI

Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 85-94.

- Nurhayani, H., Fitriadi, B. W., & Pauzy, D. M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rental Alat Camping: Survei Pada Pelanggan Astrajingga Adventure. *Ebisnis Manajemen*, 1(3), 86-102.
- Rusmita, F. N., Sulton, M., & Arifien, M. S. (2021). Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 38(1), 23-23.
- Wibowo, M. A. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Sewa Peralatan Camping di MDPL Camp Menggunakan Metode Fuzzy Sevqual* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Widyawati, N., Mahriani, E., Yudawisastra, H. G., Zulfikar, R., Bagenda, C., Aziz, L. H., Sintha, L., Suharyati, S., Ratri, W. S., Wattimena, C. M. A., Satmoko, N. D., & Setianingsih, R. E. (2023). *Pengantar Administrasi Bisnis*