

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Depot Mak Ay Surabaya

Nurul Idayanti^{1*}, Is Fadhillah², Anis Fitriyasari³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT, Jl. Raya Kupang Baru No. 8, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

*Penulis Korespondensi: nurulidayanti8990@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the effect of Service Quality, Price, on Customer Satisfaction at Depot Mak Ay Surabaya. The background of this study is to determine the quality of service, price at Depot Mak Ay affects Customer Satisfaction in Surabaya. This study uses a quantitative method with data collection through a questionnaire using a 5-point Likert scale. The research sample consisted of 60 respondents who were Surabaya residents who had purchased or visited Depot Mak Ay Surabaya. Normality testing was carried out using the Kolmogorov-Smirnov test through the SPSS application with a significance level of 0.05. The results of the analysis showed that the data were normally distributed with a significance value of each variable greater than 0.05. The conclusion of this study shows that service quality and price affect customer satisfaction. Therefore, Dpot Mak Ay needs to maintain service quality and a competitive pricing strategy to increase customer appeal.*

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

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Terhadap Kepuasan Pelanggan di Depot Mak Ay Surabaya. Latar belakang penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan, harga di Depot Mak Ay berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner menggunakan skala Likert 5 poin. Sampel penelitian berjumlah 60 responden yang merupakan masyarakat Surabaya yang pernah membeli atau berkunjung di Depot Mak Ay Surabaya. Pengujian normalitas dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov melalui aplikasi SPSS dengan taraf signifikansi 0,05. Hasil analisis menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dengan nilai signifikansi masing-masing variabel lebih besar dari 0,05. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Dpot Mak Ay perlu mempertahankan kualitas pelayanan dan strategi harga yang kompetitif untuk meningkatkan daya tarik pelanggan.

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

1. LATAR BELAKANG

Pada zaman globalisasi ini persaingan bisnis semakin ketat karna adanya kemajuan Teknologi dan informasi sehingga konsumen mempunyai informasi yang lengkap mengenai pilihan Produk yang tersedia di pasaran. Para penjual berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan serta Memberikan kepuasan secara maksimal kepada konsumen. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor dalam kepuasan pelanggan, karena kepuasan Pelanggan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta Penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor penting dalam menjalankan suatu usaha

bisnis. Pemenuhan kepuasan pelanggan menjadi hal yang penting karena kepuasan pelanggan merupakan Strategi bisnis jangka panjang serta mendorong agar pelaku usaha semakin memenuhi apa yang Menjadi kebutuhan para pelanggan.

Perkembangan bisnis kuliner dari waktu ke waktu mengalami Perkembangan yang pesat, baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya. Banyaknya Bisnis di bidang kuliner yang kini dihadapkan pada masyarakat, diharapkan Mampu meningkatkan perekonomian Indonesia. Akan tetapi dampak yang Diakibatkan oleh banyaknya pesaing kuliner yang berkembang, khususnya bisnis Restoran. Para pelaku bisnis harus menyiapkan strategi agar dapat menyenangkan Hati dan membangun rasa antusias konsumen menjadi suatu experience didalam Mengkonsumsi produk, sehingga akan membuat mereka terkesan.

Depot Mak Ay yang berdiri sejak 2011 merupakan salah satu rumah makan atau restoran yang terletak di Jl. Kupang Jaya No.1B, Sonokwijenan, Kec. Sukomanunggal, Surabaya Rumah makan ini menjual berbagai jenis makanan. Harga yang ditawarkan oleh Depot Mak Ay juga terjangkau oleh konsumen dan variatif. Menu makanan dan minuman juga beragam. Selain menu yang beragam, fasilitas juga diperhatikan oleh pemilik restoran ini. Terdapat beberapa pilihan rumah makan yang berada disekitar tempat makan depot Mak Ay banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih rumah makan tertentu. Pihak manajemen rumah makan berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas pelayanan, harga, maupun kepuasan, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya.

Pelaku usaha harus mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan para pelanggan Supaya dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya Jumlah pelanggan dan penjualan yang ada disuatu perusahaan yang disebabkan oleh perasaan Puas yang dirasakan pelanggan setelah mengkonsumsi barang atau jasa yang diberikan pihak Perusahaan. Pelanggan yang merasa puas akan semakin sering membeli produk, membeli Dalam jumlah yang lebih banyak dan cenderung untuk mencoba produk lain yang ditawarkan Perusahaan, sehingga hal tersebut akan berdampak pada meningkatnya profit perusahaan Dalam jumlah yang lebih besar (Handayani & Yulantini, 2022). Seperti halnya di Kota Surabaya seiring berkembangnya jaman secara perlahan Meningkat pula para pelaku usaha contohnya banyaknya restoran, cafe-cafe atau rumah makan, Depot Mak Ay adalah salah satu usaha yang sampai saat ini tetap dapat

bertahan di era persaingan usaha-usaha modern seperti restoran cepat saji maupun cafe-cafe sebagai tempat nongkrong anak muda.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor dalam kepuasan pelanggan, karena kepuasan Pelanggan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta Penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan hal yang Diperhatikan konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli. Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan yaitu untuk memberikan kemudahan bagi Konsumen. Setiap menjalankan bisnis baik barang ataupun jasa, konsumen harus diberikan pelayanan Yang baik karena kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan keputusan pembelian, Perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya apabila Memberikan pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu sipemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan Organisasi pelayanan,

Prihandoyo (2019) membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh Positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu Dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat Dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan Perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan Mereka sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Dengan cara memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan Dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang Menyenangkan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan, semakin tinggi Kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta biaya yang Lebih rendah.

Selain kualitas pelayanan, harga juga faktor lainnya yang mempengaruhi Kepuasan konsumen. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Harga yang Ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat Membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan Pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk Mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Menurut Walton Harga dan kualitas memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan, Masih ada sedikit bukti empiris mengeksplorasi hubungan ini. Hal ini merupakan Salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh

perusahaan, sehingga konsumen Akan berfikir lagi untuk menggunakan produk tersebut dan akan merasa tidak puas Setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut.

Pemilik usaha atau pimpinan perusahaan mengatakan saat ini kondisi Rumah Makan Depot Mak Ay Mengalami penurunan pengunjung yaitu disebabkan Adanya rumah makan yang serupa di sekitar lokasi dan juga cafe-cafe baru yang menjadi kompetitor dalam usaha rumah makan ini. Untuk itu bagaimana caranya agar rumah makan Depot Mak Ay agar tetap ramai pengunjung dan mampu bersaing dengan kompetitor yaitu dengan cara memperhatikan kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan Pra Survei yang dilakukan oleh peneliti di Depot Mak Ay terhadap pimpinan depot Mak Ay mengatakan bahwa sudah melakukan berbagai strategi pemasaran dari mulai menambah menu baru, memberikan diskon dan promosi di media sosial namun strategi tersebut kurang efektif karena menurut konsumen Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan adalah salah satu hal yang sangat penting bagi pelaku usaha. Untuk itu Depot Mak Ay akan meningkatkan lagi tentang kualitas pelayanan, harga, dan yang terpenting adalah kepuasan pelanggan. Depot Mak Ay juga akan terus berinovasi agar banyak diminati pelanggan agar pelanggan nyaman dan melakukan pembelian berulang. Dengan mempertimbangkan tentang latar belakang masalah di atas maka penulis telah memutuskan bahwa penulis merasa terdorong untuk melaksanakan penelitian yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Depot Mak Ay Surabaya”.

2. KAJIAN TEORITIS

A. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. Menurut Lewis dan Booms (2019), kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Adanya faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan atau dipersepsikan.⁸ Apabila jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan

tersebut akan dipersepsikan baik atau positif. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal.

B. Definisi Harga

Menurut Is Fadillah (2024) Harga ialah seluruh jumlah uang atau nilai yang diberikan konsumen sebagai Imbalan atau alat tukar atas penawaran produk tertentu yang memenuhi kebutuhan Dan keinginan mereka. Secara sederhana, harga adalah ukuran nilai yang diberikan Konsumen saat mereka membeli produk penawaran. Dalam ekonomi, harga berarti Bagian pada strategi pemasaran yang dapat menghasilkan uang bagi penjual. Harga, menurut Kotler dan Armstrong (2019), terdiri dari berapa banyak uang yang Diberikan pada suatu barang dan harga yang harus dibayarkan pembeli dalam Menggunakan barang dan mendapatkan keuntungan darinya. Oleh karena itu, harga Juga dapat berperan sebagai penentu minat konsumen untuk membeli produk karena harga dapat berfungsi sebagai tolak ukur kualitas produk.

C. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik. Sasaran, serta merupakan salah satu tujuan bagi aktifitas bisnis. Kepuasan Pelanggan adalah dampak dari pemanfaatan jasa yang dilakukan Oleh pelanggan, dan juga efektifitas kualitas pelayanan yang diberikan oleh Perusahaan. Menurut Irwan (2008) kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari Konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Pelanggan Puas setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut, ternyata Kualitas produknya baik.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis merupakan jenis penelitian Kuantitatif. Dalam penelitian ini populasi yang Akan digunakan adalah Pelanggan yang ada di Depot Mak Ay Surabaya dengan Jumlah populasinya tidak bisa ditentukan. Untuk menentukan jumlah sampel yang representatif, penelitian ini Menggunakan rumus Ferdinand (2014), dan mendapatkan jumlah sampel sebanyak 60 responden. Teknik pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive sampling. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subjek, yaitu data yang dilaporkan sendiri oleh responden secara individual. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan skala Likert 1-5. Dalam penelitian ini, sumber data menggunakan data primer yang dikumpulkan berupa respon dari pelanggan atau calon pelanggan di Depot Mak Ay

Surabaya. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi kuesioner, observasi, dan wawancara. Analisis data dilakukan menggunakan metode uji deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesa.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Uji Instrumen Data

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pernyataan	R Hitung	R tabel	Sig.	Keterangan
1	Kebersihan dan kerapian di Depot Mak Ay sangat diprioritaskan sehingga sangat nyaman jika berada di Depot Mak Ay	0,407	0,254	0,00	Valid
2	Fasilitas yang ada di Depot Mak Ay sesuai dengan standar yng saya harapkan	0,703	0,254	0,00	Valid
3	Pelayanan yang diberikan di Depot Mak Ay akurat dan sesuai dengan permintaan saya	0,521	0,254	0,00	Valid
4	Depot Mak Ay konsisten dalam memberikan pelayanan yang sama kepada pelanggan	0,594	0,254	0,00	Valid
5	Karyawan di Depot Mak Ay cepat merespon pertanyaan atau permintaan saya	0,662	0,254	0,00	Valid
6	Karyawan di Depot Mak Ay dengan tanggap merespon keluhan atau masalah yang dihadapi Pelanggan saat berada di Depot	0,466	0,254	0,00	Valid
7	Karyawan di Depot Mak Ay memberikan perhatian dan ramah terhadap saya	0,734	0,254	0,00	Valid
8	Depot Mak Ay sangat mementingkan kepentingan pelanggannya	0,594	0,254	0,00	Valid

Sumber : Data di Olah Peneliti,2025

Menunjukkan bahwa butir pertanyaan variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki r hitung $>$ r tabel, yaitu 0,254. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa 8 (Delapan) butir pertanyaan pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) tersebut dinyatakan valid dan sudah layak dijadikan pengukuran variabel penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)

No	Pernyataan	R Hitung	R tabel	Sig.	Keterangan
----	------------	----------	---------	------	------------

1	Saya memilih membeli di Depot Mak Ay karena harganya lebih kompetitif dibandingkan merek lain	0,546	0,254	0,00	Valid
2	Harga di Depot Mak Ay sangat bervariasi dan ada banyak menu yang sangat wajib dicoba	0,582	0,254	0,00	Valid
3	Saya tetap akan membeli di Depot Mak Ay meskipun ada banyak depot lain	0,548	0,254	0,00	Valid
4	Harga di Depot Mak Ay sesuai dengan nilai yang saya rasakan, sehingga sya tidak pernah berfikir untuk pindah ke depot lain	0,597	0,254	0,00	Valid
5	Saya puas dengan harga di Depot Mak Ay karena sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan	0,646	0,254	0,00	Valid
6	Harga di Depot Mak Ay membuat saya merasa mendapatkan produ berkualitas dengan harga yang wajar	0,527	0,254	0,00	Valid
7	Saya bersedia membeli di Depot Mak Ay kembali karena sesuai dengan ekspetasi saya kualitas makanan sesuai dengan harganya	0,608	0,254	0,00	Valid
8	Saya tidak merasaa perlu mencari tempat makan lain karenaa harga di Depot Mak Ay sudah cukup bersaing	0,461	0,254	0,00	Valid

Sumber : Data di Olah Peneliti,2025

Menunjukkan bahwa butir pertanyaan variabel Harga (X2) memiliki r hitung $> r$ tabel, yaitu 0,254. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa 8 (Delapan) butir pertanyaan pada variabel Harga (X2) tersebut dinyatakan valid dan sudah layak dijadikan pengukuran variabel penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	R Hitung	R tabel	Sig.	Keterangan
1	Kualitas makanan yang dijual di Depo Mak Ay sesuai dengan spesifikasi dan harapan saya	0,354	0,254	0,00	Valid
2	Di Depot Mak Ay menyediakan berbagai macam menu yang rasanya enak dan harganya juga terjangkau sehingga tidak bosan jika mau membelinya kembali	0,667	0,254	0,00	Valid
3	Depot Mak Ay menyajikan makanan dengan waktu yang	0,419	0,254	0,00	Valid

	cukup singkat sehingga pelanggan tidak bosan menunggu				
4	Pemesanan dan pembayara di Depot Mak AY sangat mudah	0,528	0,254	0,00	Valid
5	Harga yang ditawarkan di Depot Mak Ay cukup kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk/layanaan	0,603	0,254	0,00	Valid
6	Dengan harga yang saya bayarkan, kualitas makanan di Depot Mak Ay lebih baik dibandingkan Depot lain dikelasnya	0,452	0,254	0,00	Valid
7	Karyawan di Depot Mak Ay sangat ramah dan cekatan dalam melayani pelanggan	0,689	0,254	0,00	Valid
8	Responsivitas karyawan terhadap pertanyaan dan keluhan pelanggan sangat cepat	0,557	0,254	0,00	Valid

Sumber : Data di Olah Peneliti,2025

Menunjukkan bahwa butir pertanyaan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki r hitung $> r$ tabel, yaitu 0,254. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa 8 (Delapan) butir pertanyaan pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) tersebut dinyatakan valid dan sudah layak dijadikan pengukuran variabel penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.733	8

Sumber : Data di Olah Peneliti,2025

Berdasarkan hasil diatas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,733 dengan jumlah item sebanyak 8 butir pernyataan. Nilai tersebut berada di atas angka 0,60, yang berarti bahwa seluruh item dalam variabel ini memiliki reliabilitas yang tinggi dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.682	8

Sumber : Data di Olah Peneliti,2025

Berdasarkan hasil diatas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,682 dengan jumlah item sebanyak 8 butir pernyataan. Nilai tersebut berada di atas angka 0,60, yang

berarti bahwa seluruh item dalam variabel ini memiliki reliabilitas yang tinggi dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.653	8

Sumber : Data di Olah Peneliti,2025

Berdasarkan hasil diatas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,653 dengan jumlah item sebanyak 8 butir pernyataan. Nilai tersebut berada di atas angka 0,60, yang berarti bahwa seluruh item dalam variabel ini memiliki reliabilitas yang tinggi dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

B. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.65392908	
Most Extreme Differences	Absolute	.066	
	Positive	.064	
	Negative	-.066	
Test Statistic			.066
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			

Sumber : Data di Olah Peneliti,2025

Berdasarkan hasil uji di atas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,200 > 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa residual berdistribusi normal. Kolmogorov smirnov test digunakan untuk menguji normalitas model regresi. Yaitu apabila didapatkan nilai sig. $> \alpha = 0,05$, maka model tersebut normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics

		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.974	3.979		2.255	.028		
	KUALITAS PELAYANAN	.494	.103	.527	4.819	.000	.832	1.202
	HARGA	.238	.111	.234	2.143	.036	.832	1.202
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN								

Sumber : Data di Olah Peneliti,2025

Berdasarkan hasil pengujian diatas untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolineritas, dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *variance infaltion factor* (VIF). Yang umum dipakai pada nilai *cut off* adalah nilai tolerance > 0,10 atau VIF < 10. Jika kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolineritas. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil perhitungan nilai VIF dan *Tollerance*. Nilai VIF untuk kedua variabel memenuhi syarat signifikan dimana nilainya < 10 sebesar 1,202 < 10. Sedangkan nilai *Tollerance* juga memenuhi syarat signifikan dimana nilainya > 0,10 sebesar 0,832 > 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolineritas antar variabel independen.

C. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.974	3.979		2.255	.028
	KUALITAS PELAYANAN	.494	.103	.527	4.819	.000
	HARGA	.238	.111	.234	2.143	.036
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN						

Sumber : Data di Olah Peneliti,2025

Hasil persamaan analisis regresi linear berganda diatas memberikan pengertian: $Y = 8,974 + 0,494 (X1) + 0,238 (X2)$

Hasil persamaan regresi berganda diatas memberikan pengertian bahwa Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Variabel Harga(X2) berpengaruh positif terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

- 1) Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,494 dan juga signifikan pada < 0,05 yang bertanda positif, hal ini menunjukkan apabila Variabel

Kualitas Pelayanan (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

- 2) Koefisien regresi untuk variabel Harga (X2) sebesar 0,238 dan juga signifikan pada $< 0,05$ yang bertanda positif, hal ini menunjukkan apabila Variabel Harga (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Harga (X2) berpengaruh positif terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Dan faktor dominan yang mempengaruhi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah Variabel Kualitas Pelayanan (X1) yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi paling besar dibanding variabel Harga (X2) yaitu sebesar 0,494.

D. Uji Hipotesa

Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.658 ^a	.433	.414	2.700
a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN				
b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN				

Sumber : Data di Olah Peneliti, 2025

- 1) Nilai R sebesar 0,658 yang menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel dependen Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dengan variabel independen Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Variabel Harga (X2) sebesar 65,8%.
- 2) R Square sebesar 0,433 berarti Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) mampu dipresentasikan oleh Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Variabel Harga (X2) sebesar 43,3% sedangkan sisanya 56,7% oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- 3) Nilai Adjusted R Square atau koefisien determinasi adalah 0,414 berarti oleh Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Variabel Harga (X2) mampu menjelaskan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 41,4% sedangkan sisanya 58,6% variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- 4) Ada dua pilihan, memakai R Square atau memakai Adjusted R Square, apabila jumlah variabel lebih dari dua, maka digunakan Adjusted R Square. Sehingga nilai yang digunakan dalam koefisien determinasi adalah 41,4%.

- 5) Standar error of the estimate adalah sebesar 2,700, yang berarti bahwa tingkat kesalahan penaksiran dari model regresi linier berganda pada penelitian ini adalah sebesar 2,700.

Uji F (Simultan)

Tabel 11. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	317.843	2	158.921	21.799	.000 ^b
	Residual	415.557	57	7.290		
	Total	733.400	59			
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN						
b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN						

Sumber : Data di Olah Peneliti,2025

Pengujian secara simultan (uji F) dilakukan untuk membuktikan apakah semua variabel independen Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Variabel Harga (X2) yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen Variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Uji simultan dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai Fhitung dan Ftabel dengan tingkat signifikansi = 0,05.

Berdasarkan hasil uji statistik F pada tabel diatas terlihat bahwa Fhitung = 21,799 > 3,156 dengan tingkat signifikansi (0,000) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05). Hal ini berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Uji T (Parsial)

Tabel 12. Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.974	3.979		2.255	.028
	KUALITAS PELAYANAN	.494	.103	.527	4.819	.000
	HARGA	.238	.111	.234	2.143	.036
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN						

Sumber : Data di Olah Peneliti,2025

- 1) Hasil uji : Variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Diketahui nilai t hitung untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar t hitung = 4,819 > t tabel = 1,672 dengan tingkat

signifikansi (0,000) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05). Hal ini berarti bahwa Variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

- 2) Hasil uji : Variabel Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Diketahui nilai thitung untuk variabel Harga (X2) sebesar $t_{hitung} = 2,143 > t_{tabel} = 1,672$ dengan tingkat signifikansi (0,036) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05). Hal ini berarti bahwa Variabel Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Variabel Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

E. Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis, hasil uji T menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 4,819, yang jauh lebih besar daripada t tabel 1,672, dengan tingkat signifikansi 0,000. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik berkontribusi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan cenderung merasa puas ketika perusahaan memberikan layanan yang sesuai dengan harapan mereka, terutama dalam hal kehandalan, responsivitas, dan jaminan yang diberikan oleh staf. Hal ini memperkuat asumsi bahwa pengalaman layanan yang positif dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan menciptakan hubungan yang harmonis antara pelanggan dan perusahaan.

Kualitas pelayanan yang tinggi dapat memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang lebih erat dengan Depot Mak Ay, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan mereka. Dengan demikian, perusahaan harus terus memperbaiki aspek pelayanan untuk memenuhi dan bahkan melebihi harapan pelanggan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Sari dan Prabowo (2022) dalam studi mengenai sektor perbankan Indonesia yang membuktikan bahwa dimensi kehandalan (reliability) dan responsivitas (responsiveness) dalam kualitas pelayanan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan ($p < 0,05$).

Lebih lanjut, Nugroho dan Widiastuti (2023) dalam riset di industri perhotelan menyatakan bahwa jaminan (assurance) yang diberikan staf menjadi faktor kritis dalam membentuk pengalaman pelayanan yang positif. Hal ini relevan dengan temuan di Depot Mak Ay dimana sikap profesional staf dalam melayani pelanggan turut berkontribusi pada peningkatan kepuasan.

Implikasi praktis dari temuan ini didukung oleh penelitian Rahmawati dan Setiawan (2023) yang menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan tidak hanya berdampak pada kepuasan sesaat, tetapi juga menciptakan kecenderungan pelanggan untuk menjalin relasi jangka panjang dengan perusahaan.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis, hasil uji T variabel Harga (X2) menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,143, yang juga lebih besar dari t tabel (1,672) dengan tingkat signifikansi 0,036. Ini mengindikasikan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas ketika harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas produk yang mereka terima. Namun, pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan lebih kecil dibandingkan dengan kualitas pelayanan, seperti yang dinyatakan oleh koefisien regresi.

Pelanggan akan lebih cenderung merasa puas jika mereka mendapatkan nilai yang baik untuk uang yang mereka keluarkan. Oleh karena itu, penting bagi Depot Mak Ay untuk menetapkan harga yang kompetitif dan memperhatikan persepsi pelanggan terhadap nilai produk dan layanan yang ditawarkan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahman (2023) yang menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelanggan cenderung merasa puas ketika harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas produk yang mereka terima.

Lebih lanjut, penelitian oleh Sari (2023) mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen juga mendukung temuan ini. Penelitian tersebut menemukan bahwa harga yang kompetitif berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan, di mana pelanggan merasa mendapatkan nilai yang baik untuk uang yang mereka keluarkan.

Selain itu, penelitian oleh Putra (2023) yang menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan juga menunjukkan bahwa harga

berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa pelanggan akan lebih cenderung merasa puas jika mereka mendapatkan produk dengan harga yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.

Implikasi dari temuan ini adalah pentingnya bagi Depot Mak Ay untuk menetapkan harga yang kompetitif dan memperhatikan persepsi pelanggan terhadap nilai produk dan layanan yang ditawarkan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa, Kualitas Pelayanan di Depot Mak Ay berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, diketahui nilai t hitung untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar $t_{hitung} = 4,819 > t_{tabel} = 1,672$ dengan tingkat signifikansi (0,000) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05). Hal ini berarti bahwa Variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan. Harga di Depot Mak Ay juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, diketahui nilai thitung untuk variabel Harga (X2) sebesar $t_{hitung} = 2,143 > t_{tabel} = 1,672$ dengan tingkat signifikansi (0,036) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05). Hal ini berarti bahwa Variabel Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan.

DAFTAR REFERENSI

- Fadillah, I. (2024). *Pengaruh kualitas produk, harga , dan kualias pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen pada es krim mixue sentani*.
- Handayani, & Yulantini. (2022). *Pengaruh Kualitas layanan,harga, dan relationship marketing terhadap kepuasan konsumen*.
- Kotler, & Amstrong. (2019). *Pengaruh promosi dn harga terhadap keputusan pada pembelian PT.Shopee international indinesia dikota manado*.
- Lewis, & Booms. (2019). *Pengaruh kkualitas pelyanan terhadap kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas*.
- Nugroho, A., & Widiastuti, R. (2023). The Role of Service Quality in Enhancing Customer Satisfaction in the Hospitality Industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 12(3), 67–80.
- Prihandoyo. (2019). *Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 24.
- Rahman, A. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12(1), 45–60.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1234/jmb.v12i1.5678>

- Rahmawati, A., & Setiawan, A. (2023). Service Quality and Customer Satisfaction: A Study of E-commerce in Indonesia. *International Journal of E-Commerce Studies*, 15(1), 23–37.
- Sari, B. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 78–90.
<https://doi.org/https://doi.org/10.2345/jeb.v10i2.1234>
- Sari, D. P., & Prabowo, H. (2022). The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction: A Study of the Banking Sector in Indonesia. *Journal of Business and Management*, 10(2), 45–58.