



Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Erablue Kebalen Di Bekasi

¹Dwihar Handiko Putra

Universitas Pamulang Tangerang Selatan

²Dede Solihin

Universitas Pamulang Tangerang Selatan

Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten.

dwiharhp@gmail.com , dosen02447@unpam.ac.id

Abstract - The purpose of this study is to determine the effect of Price and Service Quality on Customer Satisfaction at Erablue Store Kebalen in Bekasi, both partially and simultaneously. The method used is quantitative with an associative approach. The population consisted of 10,057 individuals in 2024. The sampling technique used Slovin's formula, resulting in 99 respondents. The data collection technique was carried out using a questionnaire. Data analysis included validity and reliability tests, classical assumption tests, linear regression, correlation coefficient, coefficient of determination, and hypothesis testing. The results of the study showed that partially, Price had a significant effect on Customer Satisfaction with the regression equation $Y = 10.157 + 0.700X_1$. Hypothesis testing showed that $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($8.001 > 1.984$), indicating that H_{01} is rejected and H_{a1} is accepted. Service Quality also had a significant effect on Customer Satisfaction with the regression equation $Y = 6.990 + 0.796X_2$. The $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($9.768 > 1.982$), so H_{02} is rejected and H_{a2} is accepted. Simultaneously, Price and Service Quality had a significant effect on Customer Satisfaction with the regression equation $Y = 4.271 + 0.286X_1 + 0.587X_2$. The coefficient of determination was 0.528 or 52.8%, while the remaining 47.2% was influenced by other factors outside this study. The F test showed that $F \text{ count} > F \text{ table}$ ($53.657 > 3.09$), indicating that H_{03} is rejected and H_{a3} is accepted. This means that there is a significant simultaneous effect of Price and Service Quality on Customer Satisfaction.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction

Abstrak - Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Erablue Kebalen di Bekasi, baik secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi sebanyak 10.057 orang selama tahun 2024. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dan diperoleh 99 responden. Teknik pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi $Y = 10,157 + 0,700X_1$. Uji hipotesis menunjukkan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($8.001 > 1.984$), sehingga H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan $Y = 6,990 + 0,796X_2$. Nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($9.768 > 1.982$), sehingga H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Secara simultan, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi $Y = 4.271 + 0.286X_1 + 0.587X_2$. Nilai koefisien determinasi sebesar 0.528 atau 52.8%, sisanya 47.2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Uji F menunjukkan $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ ($53.657 > 3.09$), sehingga H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Artinya, terdapat pengaruh signifikan secara simultan Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Erablue Kebalen di Bekasi.

Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, industri ritel mengalami perubahan yang signifikan. Persaingan yang semakin ketat di sektor perdagangan ritel, terutama dalam bidang elektronik, menuntut perusahaan untuk terus berinovasi dan meningkatkan strategi bisnis mereka. Konsumen saat ini memiliki banyak pilihan dalam menentukan tempat berbelanja, baik melalui toko fisik maupun platform *e-commerce*.

Fenomena ini juga terjadi pada bisnis ritel elektronik di Indonesia, termasuk di Kota Bekasi yang merupakan salah satu pusat perdagangan di Jabodetabek. Salah satu perusahaan ritel

elektronik yang beroperasi di Bekasi adalah Erablue Electronics, yang merupakan bagian dari Erajaya Group dan didirikan pada Desember 2021. Erablue Electronics menawarkan berbagai produk elektronik rumah tangga dengan berbagai keuntungan seperti cicilan 0%, gratis ongkir, dan gratis pemasangan untuk produk tertentu. Meskipun demikian, masih terdapat tantangan dalam mempertahankan kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen bukan sekadar indikator respons positif terhadap layanan, melainkan juga merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan sebuah bisnis serta investasi jangka panjang untuk mencapai kesuksesan pemasaran (Tiara & Riofita, 2024). Dalam industri elektronik, kemudahan transaksi, kecepatan pengiriman, serta layanan purna jual menjadi faktor utama yang memengaruhi pengalaman konsumen. Selain itu, dengan kemudahan akses informasi, konsumen dapat membandingkan harga dan kualitas layanan sebelum memutuskan untuk berbelanja. Untuk memahami lebih lanjut bagaimana kepuasan konsumen di Toko Erablue Kebalen, berikut disajikan hasil pra-survei yang telah dilakukan:

Tabel 1 Data Pra-survei Kepuasan Konsumen Toko Erablue Kebalen

| No | Pernyataan | Kategori | | | | Jumlah | |
|--|--|----------|-----|-------|-----|--------|------|
| | | Ya | % | Tidak | % | Total | % |
| Kesesuaian dengan Harapan | | | | | | | |
| 1 | Produk dan layanan yang saya terima dari Erablue sesuai dengan ekspektasi saya. | 14 | 47% | 16 | 53% | 30 | 100% |
| Minat untuk Berkunjung Kembali | | | | | | | |
| 2 | Saya berniat untuk kembali berbelanja di Toko Erablue Kebalen di masa mendatang. | 11 | 37% | 19 | 63% | 30 | 100% |
| Kesediaan untuk Memberikan Rekomendasi | | | | | | | |
| 3 | Saya percaya bahwa Erablue adalah toko elektronik yang layak direkomendasikan kepada orang lain. | 15 | 50% | 15 | 50% | 30 | 100% |

Sumber: Pra- Survei Penulis 2025

Berdasarkan hasil survei terhadap 30 responden mengenai tingkat kepuasan konsumen di Toko Erablue Kebalen, ditemukan bahwa tingkat kepuasan masih berada pada level yang relatif rendah. Hal ini terlihat dari tiga indikator utama, yaitu kesesuaian dengan harapan, minat untuk berkunjung kembali, dan kesediaan untuk memberikan rekomendasi. Pada indikator kesesuaian dengan harapan, hanya 47% responden menyatakan bahwa produk dan layanan yang mereka terima sesuai dengan ekspektasi, sementara 53% menyatakan tidak sesuai. Ekspektasi awal konsumen terhadap toko elektronik seperti Erablue umumnya mencakup produk yang berkualitas dan lengkap, harga yang kompetitif, pelayanan yang profesional dan cepat tanggap, kenyamanan berbelanja, serta kemudahan dalam proses transaksi. Ketika harapan-harapan dasar ini tidak terpenuhi, konsumen cenderung merasa kecewa karena terjadi kesenjangan antara persepsi dan realita layanan.

Tabel 2 Jumlah Konsumen Toko Erablue Kebalen Pada Tahun 2024

| No | Bulan | Jumlah Konsumen 2024 |
|----|-----------|----------------------|
| 1 | Januari | 925 |
| 2 | Februari | 563 |
| 3 | Maret | 699 |
| 4 | April | 907 |
| 5 | Mei | 1.131 |
| 6 | Juni | 1.268 |
| 7 | Juli | 1.132 |
| 8 | Agustus | 876 |
| 9 | September | 761 |

**Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen
Pada Toko Erablue Kebalen Di Bekasi**

| | | |
|-------|----------|--------|
| 10 | Oktober | 621 |
| 11 | November | 608 |
| 12 | Desember | 566 |
| Total | | 10.057 |

Sumber: Toko Erablue Kebalen 2024

Berdasarkan data jumlah konsumen tahun 2024, terlihat adanya dinamika yang signifikan. Pada awal hingga pertengahan tahun, terjadi peningkatan jumlah konsumen yang cukup tinggi, mencapai puncaknya pada bulan Juni dengan 1.268 konsumen. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pada periode tersebut, kesesuaian dengan harapan konsumen relatif terpenuhi, baik dari sisi produk, harga, maupun promosi. Namun, setelah mencapai puncak, mulai bulan Agustus hingga Desember terjadi penurunan konsumen yang konsisten, dari 876 konsumen di bulan Agustus hingga mencapai titik terendah 566 konsumen di bulan Desember. Ketidaksesuaian antara ekspektasi dan kenyataan mulai terjadi pada periode penurunan ini. Konsumen yang awalnya mengharapkan pelayanan ramah, transaksi yang mudah, serta informasi produk yang akurat justru menemukan pengalaman berbeda. Perbedaan antara apa yang dijanjikan dan apa yang diterima menimbulkan kekecewaan, yang secara langsung memengaruhi kepuasan dan mengurangi minat konsumen untuk melakukan kunjungan kembali.

Tabel 1 Perbandingan Harga Kompetitor Erablue 2024

| No | Produk | Perbandingan Harga | | |
|----|------------------------------|--------------------|--------------------|---------------------------|
| | | Erablue Kebalen | Rama Elektronik | Electronic City Bekasi |
| 1 | TV Akari AT-5532B | Rp1.799.000 | Rp1.800.000 | Rp2.099.000 |
| 2 | TV Akari AT-5543B | Rp2.899.000 | Rp2.700.000 | Rp3.449.000 |
| 3 | TV Aqua AQT32K701A | Rp1.999.000 | Rp1.800.000 | Rp1.998.000 |
| 4 | TV LG 43UQ7500PSF | Rp3.899.000 | Rp3.500.000 | Rp3.490.000 |
| 5 | Kulkas Aqua AQR-D205(MDS) | Rp1.799.000 | Rp1.500.000 | Rp1.855.000 |
| 6 | Kulkas Electrolux ESE6600A-B | Rp10.349.000 | Rp10.000.000 | Rp11.055.000 |
| 7 | Kulkas Panasonic NR-BB211Q | Rp4.299.000 | Rp4.000.000 | Rp4.098.000 |
| 8 | AC Daikin FTKQ15UVM4 ID | Rp5.199.000 | Rp5.200.000 | Rp4.989.000 |
| 9 | AC Aqua AQA-KCR5AHQC | Rp2.699.000 | Rp2.900.000 | Rp2.599.000 |
| 10 | AC Samsung AR05AYHLA | Rp5.599.000 | Rp5.600.000 | Rp3.900.000 |

Sumber: Toko Erablue Kebalen 2024

Berdasarkan data perbandingan harga antara Toko Erablue Kebalen dan dua toko pesaing, yaitu Rama Elektronik dan Electronic City Bekasi, ditemukan adanya ketimpangan harga yang berdampak langsung pada persepsi konsumen terhadap variabel harga, khususnya pada aspek keterjangkauan. Dari sepuluh produk yang dibandingkan, harga di Erablue terlihat cenderung lebih tinggi dibanding Rama Elektronik untuk sebagian besar produk, seperti TV LG 43UQ7500PSF yang di Erablue dihargai Rp3.899.000, sementara di Rama hanya Rp3.500.000, atau Kulkas Aqua AQR-D205 yang di Erablue Rp1.799.000, sedangkan di Rama hanya Rp1.500.000. Perbedaan ini menimbulkan kesan bahwa harga di Erablue kurang kompetitif, terutama bagi konsumen yang sensitif terhadap harga. Hal ini menurunkan persepsi terhadap keterjangkauan harga, karena konsumen tentu akan membandingkan dengan harga toko lain yang menawarkan barang serupa dengan harga lebih rendah.

Tabel 2 Data Pra-Survei Kualitas Pelayanan Toko Erablue Kebalen

| No | Pernyataan | Kategori | | | | Jumlah | |
|----------------|--|----------|-----|-------|-----|--------|------|
| | | Ya | % | Tidak | % | Total | % |
| (Keandalan) | | | | | | | |
| 1 | Erablue selalu memberikan informasi produk dan layanan dengan akurat dan terpercaya. | 14 | 47% | 16 | 53% | 30 | 100% |
| (Daya Tanggap) | | | | | | | |
| 2 | Karyawan Erablue cepat dalam | 13 | 43% | 17 | 57% | 30 | 100% |

**Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen
Pada Toko Erablue Kebalen Di Bekasi**

| No | Pernyataan | Kategori | | | | Jumlah | |
|---------------|--|----------|-----|-------|-----|--------|------|
| | | Ya | % | Tidak | % | Total | % |
| | merespons pertanyaan atau permintaan saya. | | | | | | |
| (Jaminan) | | | | | | | |
| 3 | Saya percaya bahwa produk dan layanan di Erablue memiliki garansi atau jaminan kualitas. | 12 | 40% | 18 | 60% | 30 | 100% |
| (Empati) | | | | | | | |
| 4 | Karyawan Erablue melayani saya dengan ramah dan menghargai kebutuhan saya. | 14 | 47% | 16 | 53% | 30 | 100% |
| (Bukti Fisik) | | | | | | | |
| 5 | Toko Erablue memiliki lingkungan yang bersih dan nyaman untuk berbelanja. | 12 | 40% | 18 | 60% | 30 | 100% |

Sumber: Survei Penulis 2024

Berdasarkan data survei terhadap 30 responden, kualitas pelayanan di Toko Erablue Kebalen masih menunjukkan kelemahan yang cukup signifikan dalam lima indikator utama. Pada indikator keandalan, hanya 47% responden yang merasa bahwa Erablue memberikan informasi produk dan layanan secara akurat dan terpercaya, sementara 53% lainnya menyatakan tidak. Keandalan mencerminkan kemampuan toko dalam memberikan informasi yang benar dan konsisten kepada konsumen. Ketika lebih dari separuh konsumen merasa informasi yang diterima tidak dapat diandalkan, hal ini menandakan adanya celah dalam sistem komunikasi internal, pelatihan staf, atau bahkan kesesuaian antara promosi dan kondisi di lapangan. Hal ini dapat memicu ketidakpercayaan dan persepsi negatif terhadap profesionalisme toko.

KAJIAN TEORI

Harga

Menurut Kotler & Armstrong (2023:78) menyatakan bahwa harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, atau lebih jelasnya adalah jumlah dari semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan sebuah manfaat dengan memiliki atau menggunakan sebuah produk atau jasa.

Menurut Indriyo Gitosudarmo dalam Sunyoto, (2019:131) harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan untuk memperoleh suatu produk tertentu atau gabungan antara barang dan jasa. Selain itu, harga juga dapat diartikan sebagai nilai suatu produk yang dinyatakan dalam bentuk mata uang atau alat tukar.

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler & Armstrong (2023:156) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan konsumen. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen semakin tinggi. Bila kepuasan konsumen semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Salah satu cara utama mempertahankan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa dengan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan konsumen”.

Kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi dalam Indrasari (2019:62) “*service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para konsumen atas pelayanan yang mereka terima. *Service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan yang menjadi hal pertama yang diperhatikan serius oleh

perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan”.

Kualitas pelayanan menurut Lewis and Booms dalam Wahyudi & Ningsih, (2023:4) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan. Selain itu juga berkaitan dengan tindakan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan konsumen.

Kepuasan Konsumen

Kotler & Armstrong (2023:85) menyatakan bahwa “*Customer satisfaction is the level on person’s fell stale resultating from comparing a product’s perceived performance (or outcome) in relation to the person’s expectation*”. Yang artinya kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen dengan membandingkan harapan yang dimiliki dengan realita atau hasil yang sebenarnya.

Kepuasan konsumen menurut Umar dalam Indrasari (2019:82) “adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya”.

Sedangkan menurut Gerso Ricard dalam Satriadi dkk., (2021:74) menyatakan bahwa “Kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui.” Kepuasan konsumen merupakan anggapan konsumen bahwa dengan menggunakan suatu produk perusahaan tertentu dan harapannya telah terpenuhi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan penelitian kuantitatif digunakan dalam studi ini. Pendekatan kuantitatif menekankan pada data berbentuk angka yang diolah menggunakan teknik statistik. Menurut Sugiyono (2022:23), metode kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, dengan tujuan menguji hipotesis serta menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Toko Erablue Kebalen di Bekasi. Teknik ini dipilih untuk memperoleh data yang sistematis, terukur, dan objektif, sehingga hubungan antar variabel dapat dianalisis secara mendalam.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua atau lebih variabel. Menurut Sugiyono (2022:37), penelitian asosiatif bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel secara empiris. Penelitian ini secara khusus menganalisis pengaruh variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat diketahui sejauh mana kedua variabel tersebut berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen di Toko Erablue Kebalen..

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 5 Hasil Uji Regresi Linier Serderhana Harga (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

| Coefficients ^a | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | |
| 1 | (Constant) | 10.157 | 3.094 | | .001 |
| | Harga | .700 | .088 | .631 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

- Nilai konstanta sebesar 10,157 mengindikasikan bahwa apabila variabel harga (X1) bernilai nol, maka tingkat kepuasan konsumen (Y) tetap berada pada angka 10,157.
- Koefisien regresi untuk variabel harga (X1) sebesar 0,700 menunjukkan bahwa, dengan asumsi konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada kualitas pelayanan (X2), setiap peningkatan satu satuan pada harga akan berdampak pada peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,700 poin.

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linier Serderhana Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

| Coefficients ^a | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | |
| 1 | (Constant) | 6.990 | 2.862 | | 2.443 |
| | Kualitas Pelayanan | .796 | .081 | .704 | 9.768 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

- Nilai konstanta sebesar 6,990 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan (X2) tidak memberikan pengaruh atau bernilai nol, maka tingkat kepuasan konsumen (Y) tetap berada pada angka 6,990.
- Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,796 mengartikan bahwa, dengan asumsi nilai konstanta tidak berubah dan harga (X1) tetap, setiap kenaikan satu poin pada kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,796 poin.

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Harga(X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

| Coefficients ^a | | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics |
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance VIF |
| 1 | (Constant) | 4.271 | 2.981 | | 1.433 | .155 | |
| | Harga | .286 | .112 | .257 | 2.549 | .012 | .483 2.070 |
| | Kualitas Pelayanan | .587 | .114 | .519 | 5.147 | .000 | .483 2.070 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

- Nilai konstanta sebesar 4.271 mengindikasikan bahwa apabila variabel Harga (X1) dan Kualitas pelayanan (X2) tidak dipertimbangkan, maka Kepuasan konsumen (Y) bernilai sebesar 4.271 poin.
- Nilai Harga (X1) sebesar 0.286 menunjukkan bahwa dengan anggapan nilai konstanta tetap dan Kualitas pelayanan (X2) tidak berubah, maka setiap peningkatan 1 unit pada variabel Harga (X1) akan mendorong peningkatan Kepuasan konsumen (Y) sebesar 0.286 poin.
- Nilai Kualitas pelayanan (X2) sebesar 0.587 menandakan bahwa dengan asumsi konstanta tetap dan Harga (X1) tidak mengalami perubahan, maka setiap kenaikan 1 unit pada Kualitas pelayanan (X2) akan berpengaruh terhadap peningkatan Kepuasan konsumen (Y) sebesar 0.587 poin.

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Parsial Harga (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

| Correlations | | | |
|-------------------|---------------------|--------|-------------------|
| | | Harga | Kepuasan Konsumen |
| Harga | Pearson Correlation | 1 | .631** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 |
| | N | 99 | 99 |
| Kepuasan_Konsumen | Pearson Correlation | .631** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | |
| | N | 99 | 99 |

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

Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Berdasarkan tabel di atas, nilai koefisien korelasi sebesar 0,631 termasuk dalam kisaran 0,600 sampai 0,799, yang berarti hubungan antara kedua variabel masuk dalam kategori kuat.

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Parsial Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

| Correlations | | | |
|--------------------|---------------------|--------------------|-------------------|
| | | Kualitas_Pelayanan | Kepuasan_Konsumen |
| Kualitas_Pelayanan | Pearson Correlation | 1 | .704** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 |
| | N | 99 | 99 |
| Kepuasan_Konsumen | Pearson Correlation | .704** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | |
| | N | 99 | 99 |

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

Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Berdasarkan tabel di atas, nilai koefisien korelasi sebesar 0.704 termasuk dalam kisaran 0,600 sampai 0,799, yang berarti hubungan antara kedua variabel masuk dalam kategori kuat.

Tabel 10 Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Simultan Kualitas Harga (X1) dan Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

| Model Summary ^b | | | | | | | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------|-----|-----|---------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics | | | | | Durbin-Watson |
| | | | | | R Square Change | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change | |
| 1 | .727 ^a | .528 | .518 | 4.406 | .528 | 53.657 | 2 | 96 | .000 | 1.748 |

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Berdasarkan data pada tabel, nilai koefisien korelasi sebesar 0,727 menunjukkan bahwa secara simultan, variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen (Y)

Tabel 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial Antara Harga (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .631 ^a | .398 | .391 | 4.951 |

a. Predictors: (Constant), Harga

Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,398. Angka ini menunjukkan bahwa variabel harga memberikan kontribusi sebesar 39,8% terhadap kepuasan konsumen. Sementara itu, sisanya yaitu 60,2%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Tabel 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial Antara Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .704 ^a | .496 | .491 | 4.529 |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,496. Angka ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 49,6% terhadap kepuasan konsumen. Sementara itu, sisanya yaitu 50.4%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Tabel 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Simultan Antara Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

| Model Summary ^b | | | | | |
|--|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .727 ^a | .528 | .518 | 4.406 | 1.748 |
| a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga | | | | | |
| b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen | | | | | |

Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Dari hasil uji koefisien determinasi secara simultan diperoleh nilai 0,528, yang berarti bahwa variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara bersama-sama memberikan pengaruh sebesar 52.8% terhadap kepuasan konsumen (Y). Sisanya, yaitu 47.2%, diperkirakan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam cakupan penelitian ini.

Tabel 14 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) Harga (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

| Coefficients ^a | | | | | |
|--|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | |
| | | B | Std. Error | Beta | |
| 1 | (Constant) | 10.157 | 3.094 | | 3.283 |
| | Harga | .700 | .088 | .631 | 8.001 |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen | | | | | |

Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel, diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 8,001 lebih tinggi dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1,984. Selain itu, nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0,050. Hal ini menunjukkan bahwa hasil pengujian signifikan secara statistik. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko Erablue Kebalen, Bekasi. Dengan demikian, hipotesis nol (H01) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha1) diterima.

Tabel 15 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

| Coefficients ^a | | | | | |
|--|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | |
| | | B | Std. Error | Beta | |
| 1 | (Constant) | 6.990 | 2.862 | | 2.443 |
| | Kualitas Pelayanan | .796 | .081 | .704 | 9.768 |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen | | | | | |

Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel, diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 9.768 lebih tinggi dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1,984. Selain itu, nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0,050. Hal ini menunjukkan bahwa hasil pengujian signifikan secara statistik. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko Erablue Kebalen, Bekasi. Dengan demikian, hipotesis nol (H02) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha2) diterima.

Tabel 16 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan Antara Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

| ANOVA ^a | | | | | |
|--------------------|-------------------|----------------|----|-------------|--------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F |
| 1 | Regression | 2082.800 | 2 | 1041.400 | 53.657 |
| | Total | 2082.800 | 2 | | |
| | Error | 1918.000 | 1 | 1918.000 | |
| | Total | 4000.800 | 3 | | |
| | Adjusted R Square | | | | |
| | Sig. | | | | |

| | | | | | |
|--|----------|----|--------|--|--|
| Residual | 1863.220 | 96 | 19.409 | | |
| Total | 3946.020 | 98 | | | |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen | | | | | |
| b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga | | | | | |

Sumber: Data diolah SPSS versi 27 (2025)

Berdasarkan tabel yang disajikan, nilai F hitung sebesar 53,657 diketahui lebih tinggi dibandingkan dengan nilai F tabel sebesar 3,09. Selain itu, nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000, yang berada di bawah tingkat signifikansi 0,005. Dengan hasil tersebut, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko Erablue Kebalen, Bekasi.

Pembahasan Penelitian

1. Pengaruh Harga (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 10,157 + 0,700X_1$. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,631 menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara variabel harga dan tingkat kepuasan konsumen. Sementara itu, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,398 mengindikasikan bahwa 39,8% dari variasi dalam kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas produk. Sisanya, yaitu 60,2%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam studi ini. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa nilai thitung sebesar 8,001 lebih tinggi dibandingkan dengan ttabel sebesar 1,984, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari batas 0,050. Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dengan kata lain, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel harga terhadap kepuasan konsumen di Toko Erablue Kebalen di Bekasi.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sutanto dan Solihin (2023) dalam jurnal berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Nectiti Persada Area Alam Sutera Kota Tangerang”, di mana harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai thitung sebesar 4,682 > ttabel 1,987 dan signifikansi 0,000. Selaras dengan itu, penelitian oleh Ahyani (2023) dalam jurnal “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen serta Implikasinya pada Loyalitas Konsumen” juga menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai signifikansi 0,000. Selain itu, Tawakkal et al. (2021) dalam jurnal “Pengaruh Harga dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen” menyatakan bahwa harga memberikan pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen, dengan hasil Fhitung sebesar 20,930 lebih besar dari Ftabel 3,11 dan nilai signifikansi 0,000, yang memperkuat temuan bahwa harga merupakan variabel penting dalam memengaruhi kepuasan.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil analisis menunjukkan bahwa persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = 6,990 + 0,796X_2$. Koefisien korelasi sebesar 0,704 mengindikasikan adanya korelasi yang cukup kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Adapun nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,496 berarti bahwa sebesar 49,6% variasi dalam kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan. Sementara itu, sisanya sebesar 50,4% disebabkan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Uji parsial menunjukkan bahwa thitung sebesar 9,768 lebih besar daripada ttabel sebesar 1,984, dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada di bawah batas 0,050. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko Erablue Kebalen di Bekasi.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan dan Solihin (2024) dalam jurnal “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen” yang juga menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai thitung 16,088 > ttabel 1,984 dan signifikansi 0,000. Demikian pula, penelitian oleh Putri dan Faroh (2023) dalam jurnal “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Shopee” menemukan bahwa kualitas

pelayanan memiliki pengaruh signifikan dengan thitung sebesar $8,204 > t_{tabel} 1,984$ dan signifikansi $0,000$, serta R^2 sebesar $0,519$. Selanjutnya, penelitian oleh Solihin dan Kurniawan (2024) dalam jurnal “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cihuni Jaya Hall*” juga memperkuat hasil ini, di mana kualitas pelayanan secara simultan dengan harga menyumbang R^2 sebesar $0,582$ terhadap kepuasan konsumen, yang menunjukkan pengaruh signifikan variabel ini.

3. Pengaruh Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan persamaan regresi $Y = 4,271 + 0,286X1 + 0,587X2$. Koefisien korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat adalah $0,727$, yang tergolong dalam kategori korelasi kuat. Besarnya pengaruh yang diberikan ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi, yaitu sebesar $0,528$ atau $52,8\%$, sedangkan sisanya sebesar $47,2\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diperhitungkan dalam penelitian ini. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai Fhitung sebesar $53,657$ lebih besar dari nilai Ftabel sebesar $3,09$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000$ lebih kecil dari $0,005$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko Erablue Kebalen di Bekasi.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Michael dan Septiani (2024) dalam jurnal “*Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Jespro Network Rent*”, yang menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai Fhitung sebesar $67,330 > Ftabel 3,09$, signifikansi $0,000$, dan R^2 sebesar $0,586$. Selain itu, Stevani et al. (2024) dalam jurnal “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Aneka Buana Pondok Labu Jakarta Selatan*” juga menemukan pengaruh simultan yang signifikan, dengan Fhitung sebesar $71,567 > Ftabel 2,70$, signifikansi $0,000$, dan R^2 sebesar $0,612$. Penelitian oleh Abadi (2022) dalam jurnal “*Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*” turut mendukung kesimpulan ini, di mana harga dan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen secara simultan.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko Erablue Kebalen di Bekasi, dimana diperoleh persamaan regresi $Y = 10,157 + 0,700 X1$, dan koefisien korelasi sebesar $0,631$ yang menunjukkan bahwa variabel harga dan kepuasan konsumen memiliki tingkat hubungan yang cukup kuat. Nilai determinasi sebesar $0,398$ atau $39,8\%$ sedangkan sisanya $60,2\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis pertama ini diterima, dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel} (8,001 > 1,984)$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko Erablue Kebalen di Bekasi.
2. Secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Erablue Kebalen di Bekasi, dimana diperoleh persamaan regresi $Y = 6,990 + 0,796 X2$, dan koefisien korelasi sebesar $0,704$ yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen memiliki tingkat hubungan yang cukup kuat. Nilai determinasi sebesar $0,496$ atau $49,6\%$ sedangkan sisanya $50,4\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis kedua ini diterima, dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel} (9,768 > 1,984)$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Erablue Kebalen di Bekasi.
3. Secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko Erablue Kebalen di Bekasi, dimana diperoleh persamaan regresi $Y = 4,271 + 0,286 X1 + 0,587 X2$, dan koefisien korelasi sebesar $0,727$ yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga dengan kepuasan konsumen

memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai determinasi sebesar 0,528 atau 52,8%, sedangkan sisanya 47,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis ketiga ini diterima, dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($53,657 > 3,09$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko Erablue Kebalen di Bekasi.

Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu cabang, yaitu Toko Erablue yang berlokasi di Kebalen, Bekasi, yang memiliki karakteristik pasar lokal tersendiri. Toko ini melayani masyarakat sekitar dengan segmentasi konsumen yang cenderung menengah ke bawah. Oleh karena itu, hasil temuan mungkin tidak mencerminkan kondisi di cabang Erablue lain yang berada di lokasi berbeda, seperti di pusat kota Bekasi, Jakarta, atau kota besar lain yang mungkin memiliki pola belanja, ekspektasi kualitas, dan daya beli yang berbeda.
2. Penelitian ini tidak menggali lebih dalam aspek operasional internal Toko Erablue Kebalen, seperti sistem pelatihan karyawan, manajemen stok, atau strategi pemasaran lokal yang bisa berpengaruh terhadap kualitas pelayanan dan persepsi harga. Padahal, faktor-faktor tersebut bisa menjelaskan secara lebih mendalam bagaimana kualitas pelayanan terbentuk dan dirasakan oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). Pengantar Manajemen: Teori Dan Aplikasi. In *AE Publishing* (p. 1). AE Publishing.
- Erma Widiana, M. (2020). *Pengantar Manajemen* (Y. Sutarso (ed.); 1st ed.). CV. Pena Persada.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Pengantar manajemen* (C. : Morris Sartono (ed.); Issue January). Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25 edisi 9*. Badan Penerbit Undip. <https://doi.org/979-704-015.1>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Konsumen* (1st ed.). Unitomo Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). *Principles Of Marketing* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani (eds.); 12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & Y. Sri Hayati (eds.); 13th ed.). Penerbit Erlangga.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Moh Suardi (ed.)). Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (27th ed.). Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2019). *DASAR-DASAR MANAJEMEN PEMASARAN* (T. Admojo (ed.); Vol. 3). Center of Academic Publishing Service.