



Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Fashion Di Matahari Depok Town Square Kota Depok

Sabarulloh

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

Erlita Kurniawaty

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

Alamat: Jalan Surya Kencana No 1 Pamulang Tangerang Selatan

sabarulloh@gmail.com, erlitakurniawaty@unpam.ac.id

Abstrak. *This study aims to determine the effect of service quality and price on consumer satisfaction at Matahari Depok Town Square Depok, both partially and simultaneously. The type of research uses an associative quantitative method. The sampling technique uses random samples using the slovin technique and 99 consumers were obtained as respondents. The results of the analysis show: Service Quality has an effect on consumer satisfaction at Matahari Depok Town Square, as evidenced by the value of the equation $t_{count} > t_{table}$ or $2.591 > 1.987$, thus $H_0.1$ is rejected and $H_a.1$ is accepted, meaning that there is a positive and significant effect between Service Quality (X1) on Consumer Satisfaction (Y) at Matahari Depok Town Square. Price partially has a positive effect on consumer satisfaction at Matahari Depok Town Square, as evidenced by the value of $t_{count} > t_{table}$ or $4.855 > 1.987$, thus $H_0.2$ is rejected and $H_a.2$ is accepted, where there is a positive and significant effect between Price (X2) on Purchasing Decisions (Y) at Matahari Depok Town Square. Service quality and price simultaneously have an influence on consumer satisfaction at Matahari Depok Two Square, as evidenced by the F_{count} of 198.221 and the F_{table} value of 0, while the F_{table} value at the 0.05 level with df_1 (number of variables -1) $3-1 = 2$, and df_2 ($n-k-1$) or $= 99-2-1 = 96$ obtained the F_{table} value of 3.09. So it can be concluded that $F_{count} > F_{table}$ ($198.221 > 3.09$) and the F_{table} value < 0.05 ($0 < 0.05$), then H_a is rejected, so it can be concluded that Service Quality and Price together have an influence on Consumer Satisfaction.*

Keywords: Service Quality, Price, Consumer Satisfaction.

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Matahari Depok Town square Depok baik secara parsial maupun simultan. Jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif asosiatif. Teknik sampling menggunakan random sampel menggunakan teknik slovin dan didapatkan responden sebanyak 99 konsumen. Hasil analisis menunjukkan: Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan konsumen Matahari Depok Town square dibuktikan dengan nilai persamaan nilai hitung $>$ tabel atau senilai $2,591 > 1,987$, dengan demikian $H_0.1$ ditolak dan $H_a.1$ diterima artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Matahari Depok Town Square. Harga secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Matahari Depok Town square, dibuktikan dengan nilai hitung $>$ tabel atau senilai $4.855 > 1,987$, dengan demikian $H_0.2$ ditolak dan $H_a.2$ diterima, dimana terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Matahari Depok Town Square. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen Matahari Depok Town Square dibuktikan dengan F_{hitung} sebesar 198,221 dan nilai F_{tabel} sebesar 0 sedangkan nilai F_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df_1 (jumlah variabel -1) $3-1 = 2$, dan df_2 ($n-k-1$) atau $= 99-2-1 = 96$ diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3.09. Jadi dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($198,221 > 3.09$) dan nilai $F_{tabel} < 0,05$ ($0 < 0,05$), maka H_a ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan. Harga juga salah satu kunci alat pemasaran yang digunakan

***Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen
Produk Fashion Di Matahari Depok Town Square Kota Depok***

organisasi untuk mencapai tujuan pemasaran. Harga adalah salah satu variabel pemasaran yang perlu diperhatikan oleh manajemen perusahaan karena harga akan langsung mempengaruhi besarnya volume penjualan dan laba yang ingin dicapai perusahaan. Alasan ekonomi akan menunjukkan bahwa harga yang rendah atau harga yang bersaing merupakan salah satu pemicu penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran, tetapi alasan psikologis dapat menunjukkan harga justru menunjukkan indikator kualitas dan dapat dirancang sebagai salah satu instrument penjualan sekaligus sebagai instrument persaingan yang menentukan

Tabel 1 1
Hasil Data Keluhan Konsumen Terhadap Kualitas

| No. | Indikator Pelayanan | Jenis Keluhan | Jumlah Konsumen Yang Mengeluhkan Pelayanan | | |
|--------------|---------------------|---|--|------|------|
| | | | 2020 | 2021 | 2022 |
| 1. | Bukti Fisik | Area parkir kurang memadai | 12 | 13 | 18 |
| | | Karyawan berpenampilan kurang menarik | 6 | 8 | 7 |
| 2. | Kehandalan | Pembayaran di kasir sering memakan waktu lama | 8 | 7 | 9 |
| | | Keluhan konsumen sering diabaikan | 9 | 6 | 10 |
| 3. | Daya Tanggap | Pelayanan karyawan mengecewakan | 12 | 10 | 11 |
| 4. | Jaminan | Karyawan kurang memahami informasi produk dan layanan | 11 | 7 | 6 |
| 5. | Empati | Karyawan jutek dan tidak ramah | 4 | 5 | 8 |
| | | Karyawan acuh kepada konsumen | 6 | 8 | 5 |
| Total | | | 68 | 64 | 74 |

Sumber: Matahari Depok Town Square Kota Depok

Berdasarkan table 1.1 diatas , dari tahun 2020-2022 jumlah konsumen yang mengeluhkan mengenai pelayanan yang diberikan Matahari Depok Town Square mengalami fluktuatif. Jumlah konsumen yang mengeluhkan mengenai bukti fisik Matahari Depok Town Square pada tahun 2020 sebanyak 18 orang, pada tahun 2021 sebanyak 21 orang dan pada tahun 2022 sebanyak 25 orang. Jumlah konsumen yang mengeluhkan mengenai kehandalan pelayanan Matahari Depok Town Square

Tabel 1 2
Data Perbandingan Harga Produk Pada

| No | Jenis Harga Produk Fashion | Harga | | |
|----|----------------------------|----------|----------|------------|
| | | Matahari | Ramayana | Ria Busana |
| 1 | Kemeja Wanita | 279.900 | 199.000 | 159.000 |
| 2 | Jaket Wanita | 299.900 | 200.000 | 179.000 |
| 3 | Celana Wanita | 359.900 | 285.000 | 200.000 |
| 4 | Sepatu Wanita | 399.900 | 340.000 | 250.000 |
| 5 | Tas Wanita | 349.900 | 280.000 | 180.000 |

Sumber: Matahari Depok Town Square Kota Depok

Dari tabel 1.2 di atas, terlihat bahwa harga dari berbagai produk yang dijual Matahari masih kalah dibanding dengan kompetitor yang menjual produk sejenis. Untuk produk sejenis, Ria Busana menjual harga termurah disusul dengan Ramayana yang berada di posisi kedua. Sedangkan Matahari berada di posisi ketiga atau menjual produk sejenis dengan harga yang paling tinggi dari kompetitor

Tabel 1 3
Data Keluhan Konsumen Kualitas Pelayanan

| Jenis keluhan | Tahun | | |
|-------------------------------------|-------|------|------|
| | 2020 | 2021 | 2022 |
| Tidak menyapa dan senyum | 58 | 65 | 80 |
| Pengetahuan dan pengenalan Produk | 50 | 62 | 90 |
| Kurang respon /tang gap | 55 | 64 | 75 |
| Kurang cepat melayani | 60 | 56 | 85 |
| Label harga/ price tag tidak sesuai | 65 | 70 | 80 |
| Jumlah | 314 | 317 | 410 |

Sumber: Keluhan Konsumen Matahari Depok Town Square

Dari table 1.3 diatas menunjukkan bahwa ada keluhan tentang kualitas pelayanan dan kepuasan Konsumen pada tahun 2020 mengenai mengenai tidak menyapa dan senyum sebanyak 58 Konsumen, pengetahuan dan pengenalan produk sebanyak 50 Konsumen, kurang respon / tanggap sebanyak 55 Konsumen, kurang cepat melayani sebanyak 60 Konsumen, label harga/ price tag tidak sesuai sebanyak 65 Konsumen, sehingga total keluhan sebanyak 314 Konsumen. Pada tahun 2021 mengenai tidak menyapa dan senyum sebanyak 65 Konsumen, pengetahuan dan pengenalan produk sebanyak 62 Konsumen, kurang respon / tanggap sebanyak 64 Konsumen, kurang cepat melayani sebanyak 56 Konsumen, label harga/ price tag tidak sesuai sebanyak 70 Konsumen, sehingga total keluhan sebanyak 317 Konsumen. Kemudian pada tahun 2022 terdapat keluhan mengenai tidak menyapa dan senyum sebanyak 80 Konsumen, pengetahuan dan pengenalan produk sebanyak 90 Konsumen, kurang respon / tanggap sebanyak 75 Konsumen, kurang cepat melayani sebanyak 85 Konsumen, label harga/ price tag tidak sesuai sebanyak 80 Konsumen, akses ke sehingga total keluhan sebanyak 410 Konsumen.. Dari data ini terjadi kenaikan keluhan kualitas pelayanan dan kepuasan Konsumen pada tahun 2022 sebesar sebanyak 93 Konsumen

KAJIAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Menurut wahyuni at all (2019:1) Kualitas memiliki arti yang berbeda untuk kondisi dan situasi yang berbeda, definisi kualitas tergantung pada peras siapa yang mendefinisikannya. Sebagian besar pealanggan mearasa sulit untuk menentukan kualitas, tapi mereka tahu kapan mereka bisa dan menentukan kualitas. Kualitas merupakan aspek penting dalam perkembangan perusahaan. Saat ini, sebagian besar konsumen mulai menjadikan kualitas sebagai parameter utama daalm menjatuhkan pilihan terhadap suatu produk/layanan. Lebih dari itu, kualitas seringkali menjadi sarana promosi yang secara otomatis mampu menaikkan/menurunkan nilai jual produk atau perusahaan

Harga

Menurut Nana Herdiana A (2015:109) secara sederhana definisi harga adalah sejumlah uang yang digunakan sebagai alat tukar untuk memperoleh suatu barang atau jasa. Menurut Limakrisna dan Purba (2017:72), harga dalam arti luas tidak hanya sejumlah uang yang diserahkan kepada penjual untuk mendapatkan barang yang dibeli akan tetapi juga meliputi hal-hal diluar seperti waktu, usaha (pencarian), risiko psikologis (mobil bisa tabrakan), tambahan pengeluaran untuk jaminan (membayar asuransi).

Kepuasan Konsumen

Menurut Husein Umar (2013:65) kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Menurut Philip Kotler (2017:36) kepuasan adalah seseorang merasa kekecewaan atau kesenangan sebagai hasil membandingkan satu capaian yang dirasa dari produk (atau hasil) dalam hubungan dengan harapannya

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, menurut Sugiyono (2022:8) “metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Penelitian ini dilaksanakan di gerai Matahari Depok Town Square. Pelaksanaan penelitian berlangsung selama 12 (dua belas) bulan yang dimulai dengan kegiatan berupa observasi lapangan pada Bulan Desember 2023, dilanjutkan dengan pengajuan ijin penelitian, persiapan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, analisis data dan evaluasi, penulisan laporan serta seminar hasil penelitian yang dilaksanakan pada bulan Juni 2023

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 4 9
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

| No. | Item Kuisisioner | rhitung | rtabel 5% (399) | Kriteria |
|-----|------------------|---------|-----------------|----------|
| 1. | X1.1 | 0,889 | 0,1956 | Valid |
| 2. | X1.2 | 0,849 | 0,1956 | Valid |
| 3. | X1.3 | 0,845 | 0,1956 | Valid |
| 4. | X1.4 | 0,762 | 0,1956 | Valid |
| 5. | X1.5 | 0,839 | 0,1956 | Valid |

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) mempunyai kriteria valid untuk semua item pernyataan dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan pada variabel kualitas pelayanan dapat diandalkan dan layak sebagai penelitian

Tabel 4 10
Hasil Uji Validitas Harga (X2)

| No. | Item Kuisisioner | rhitung | rtabel 5% (399) | Kriteria |
|-----|------------------|---------|-----------------|----------|
| 1. | X2.1 | 0,761 | 0,1956 | Valid |
| 2. | X2.2 | 0,545 | 0,1956 | Valid |
| 3. | X2.3 | 0,596 | 0,1956 | Valid |
| 4. | X2.4 | 0,612 | 0,1956 | Valid |

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, menunjukkan bahwa variabel harga (X2) mempunyai kriteria valid untuk semua item pernyataan dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan pada variabel harga dapat diandalkan dan layak sebagai penelitian

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen
Produk Fashion Di Matahari Depok Town Square Kota Depok**

Tabel 4 11
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

| No. | Item Kuisioner | Rhiting | rtabel 5% (399) | Kriteria |
|-----|----------------|---------|-----------------|----------|
| 1. | Y1.1 | 0,441 | 0,1956 | Valid |
| 2. | Y1.2 | 0,466 | 0,1956 | Valid |
| 3. | Y1.3 | 0,383 | 0,1956 | Valid |
| 4. | Y1.4 | 0,354 | 0,1956 | Valid |
| 5. | Y1.5 | 0,557 | 0,1956 | Valid |
| 6. | Y1.6 | 0,549 | 0,1956 | Valid |
| 7. | Y1.7 | 0,467 | 0,1956 | Valid |

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen (Y) mempunyai kriteria valid untuk semua item pernyataan dengan rhitung > rtabel. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan pada variabel harga dapat diandalkan dan layak sebagai penelitian

Uji Reliabilitas

Tabel 4 12
Hasil Uji Reliabilitas

| No. | Variabel | Cronbach's Alpha | Standar Cronbach Alpha | Keterangan |
|-----|--------------------------------------|------------------|------------------------|------------|
| 1. | Kualitas Pelayanan (X ₁) | 0,892 | 0,600 | Reliabel |
| 2. | Harga (X ₂) | 0,774 | 0,600 | Reliabel |
| 3. | Kepuasan Konsumen (Y) | 0,884 | 0,600 | Reliabel |

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha atas variabel Kualitas Pelayanan (X₁) sebesar 0,892, variabel Harga (X₂) sebesar 0,774 dan variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,884. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuisioner ini reliabel

Uji Normalitas

Tabel 4 13
Hasil Uji Normalitas Menggunakan Kolmogorov-Sminrov Test

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|--|----------------|-------------------------|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 99 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 0,0000000 |
| | Std. Deviation | 2,10094707 |
| Most Extreme Differences | Absolute | 0,079 |
| | Positive | 0,068 |
| | Negative | -0,079 |
| Test Statistic | | 0,079 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .135 ^c |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |
| c. Lilliefors Significance Correction. | | |

Sumber: Data diolah peneliti, 2024.

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa hasil uji Kolmogorov- Smirnov diperoleh hasil output asymp. sig. (2-tailed) sebesar 0,135. Hal itu menunjukkan bahwa angka signifikansi lebih besar dari 0,05 dimana data tersebut memenuhi asumsi normalitas

Uji Multikolinieritas

Tabel 4 14
Hasil Uji Multikolinieritas

| Model | | Coefficients ^a | | | | Collinearity Statistics | | |
|-------|--------------------|-----------------------------|---------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|-------|
| | | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. | Tolerance | VIF | |
| | B | Std. Error | Beta | | | | | |
| 1 | (Constant) | 2,635 | 1,017 | | 2,591 | 0,011 | | |
| | Kualitas Pelayanan | 0,759 | 0,097 | 0,597 | 7,833 | 0,000 | 0,349 | 2,861 |
| | Harga | 0,571 | 0,127 | 0,343 | 4,504 | 0,000 | 0,349 | 2,861 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil SPSS 2024

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, terlihat bahwa nilai tolerance untuk kedua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) sebesar 0,349 dan nilai VIF nya yaitu 2,861. Suatu model regresi dikatakan bebas dari problem multikolinier apabila nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak terdapat problem multikolinieritas dan dapat digunakan dalam penelitian ini

Uji Autokorelasi

Tabel 4 15
Hasil Uji Autokorelasi Durbin-Watson

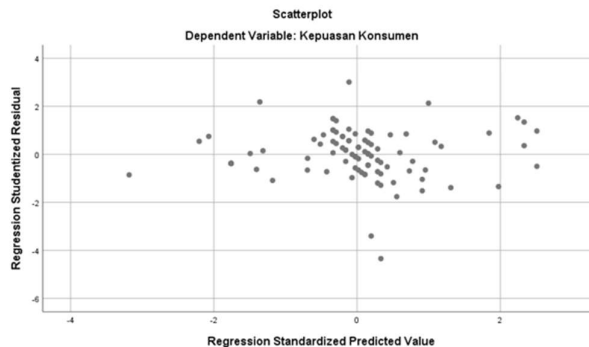
| Model Summary ^b | | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .897 ^a | 0,805 | 0,801 | 2,123 | 1,568 |

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.14 di atas, nilai Durbin- Watson diperoleh sebesar 1,568 dimana angka tersebut masuk kedalam interval 1,550-2,460 (tidak ada gangguan autokorelasi). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tidak terjadi gangguan autokorelasi dan dapat digunakan dalam penelitian ini

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4 3
Gambar Scatterplot

Dapat dilihat pada gambar grafik 4.4 tersebut bahwa pada titik- titiknya menyebar secara acak dan tidak membentuk pola apapun. Hal ini menunjukkan bahwa kesamaan varian dari residual

satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Dengan kata lain, penelitian ini menunjukkan bahwa model regresinya memenuhi persyaratan

Analisis Regresi Linier

Tabel 4 16
Uji Regresi berganda

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2,635 | 1,017 | | 2,591 | 0,011 |
| | Kualitas Pelayanan | 0,759 | 0,097 | 0,597 | 7,833 | 0,000 |
| | Harga | 0,571 | 0,127 | 0,343 | 4,504 | 0,000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: data diolah peneliti, 2024

1. Nilai konstanta sebesar 2,635 diartikan bahwa jika variable Kualitas produk (X₁), dan Kualitas pelayanan (X₂) tidak ada, maka telah terdapat nilai Kepuasan konsumen (Y) sebesar 2,635
2. Nilai koefisien regresi Kepuasan Produk(X₁) sebesar 0,759 dan koefisien regresi Kepuasan Konsumen(X₂) sebesar 0,571 diartikan apabila konstanta tetap, maka setiap perubahan 1 unit masing–masing variable maka akan mengakibatkan perubahan nilai Y sebesar nilai konstanta masing – masing variabel

Analisis Koefisien Korelasi (r)

Tabel 4 20
**Hasil Uji Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2)
Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

| Model Summary | | | | | | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------|-----|-----|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics | | | | |
| | | | | | R Square Change | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change |
| 1 | .897 ^a | 0,805 | 0,801 | 2,123 | 0,805 | 198,221 | 2 | 96 | 0,000 |

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

Sumber: data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.21 di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,897 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,800-1,000 yang artinya variabel Kualitas Pelayanan (X₁), variabel Harga (X₂) mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian (Y).

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4 23
**Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R Square) Secara Simultan Kualitas
Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .897 ^a | 0,805 | 0,801 | 2,123 |

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

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen
Produk Fashion Di Matahari Depok Town Square Kota Depok**

Dari hasil perhitungan di Tabel 4.24 maka dapat diketahui nilai koefisien dterminasi (KD) $= (R^2) \times 100\%$ diperoleh dari R yaitu $KD = 0,897 \times 100\% = 89,7\%$ (Hasil ini sama dengan perolehan dengan menggunakan SPSS 25.00 *for windows* pada kolom R Square sebesar 89,7%, sedangkan sisanya 10,3% (100%-89,7%) merupakan pengaruh dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini oleh penulis

Pengujian Hipotesis

Tabel 4 24
Uji T

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2,635 | 1,017 | | 2,591 | 0,011 |
| | Kualitas Pelayanan | 0,759 | 0,097 | 0,597 | 7,833 | 0,000 |
| | Harga | 0,571 | 0,127 | 0,343 | 4,504 | 0,000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

1. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah sebesar 7,833, lebih besar daripada t tabel sebesar 1,987, dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini berarti H_a diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen
2. Nilai t hitung untuk variabel Harga adalah sebesar 4,504, lebih besar daripada t tabel sebesar 1,987, dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini juga menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 4 25
Anova

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 1786,339 | 2 | 893,170 | 198,221 | .000 ^b |
| | Residual | 432,570 | 96 | 4,506 | | |
| | Total | 2218,909 | 98 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: data diolah peneliti, 2024

Dari Output diketahui F_{hitung} sebesar 198,221 dan nilai signifikansi sebesar 0 sedangkan nilai F_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df 1 (jumlah variabel -1) $3-1 = 2$, dan df 2 (n-k-1) atau $99-2-1 = 96$ diperoleh nilai F tabel sebesar 3.09 Jadi dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($198,221 > 3.09$) dan signifikansi < 0,05 ($0 < 0,05$), maka H_a diterima , jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

KESIMPULAN

Pada bagian akhir skripsi, penulis akan memaparkan kesimpulan yang dapat diambil, keterbatasan penelitian dan saran yang didasarkan pada temuan hasil penelitian dilapangan serta pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian terhadap Konsumen Matahari Depok Town Square Kota Depok, mengenai pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) Terhadapkepuasan konsumen (Y) sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan konsumen Matahari Depok Town square dibuktikan dengan nilai persamaan regresi $2,635 + 0,759 X_1$. Nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,874 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi X_1 terhadap Y memiliki pengaruh sebesar 0,874 atau sebesar 87,4% sedangkan sisanya sebesar 12,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Uji hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $senilai > 2,591 > 1,987$, dengan demikian $H_0.1$ ditolak dan $H_a.1$ diterima artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Matahari Depok Town Square
2. Harga secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Matahari Depok Town square, dibuktikan dengan nilai persamaan regresi $Y = 4.855 + 0,571 X_2$. Nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,825 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi X_2 terhadap Y memiliki pengaruh sebesar 0,825 atau sebesar 82,5% sedangkan sisanya sebesar 17,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Uji hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $senilai > 4.855 > 1,987$, dengan demikian $H_0.2$ ditolak dan $H_a.2$ diterima, dimana terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Matahari Depok Town Square
3. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Matahari Depok Town Square. Hal ini dibuktikan melalui persamaan regresi: $Y = 2,635 + 0,759X_1 + 0,571X_2$ Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,897 menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Sementara itu, nilai koefisien determinasi (KD) diperoleh dari $R^2 \times 100\%$, yaitu 89,7%, yang berarti bahwa variasi Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Harga. Adapun sisanya sebesar 10,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selain itu, hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 198,221, lebih besar daripada F_{tabel} sebesar 3,09 pada tingkat signifikansi 0,05 dengan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 96$. Tingkat signifikansi yang diperoleh adalah $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian, secara simultan variabel Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aldo Renaldi. (2022). *Manajemen Operasi*. Bogor
- Andriani, et al. (2018). "Kualitas sebagai Isu Dominan dalam Organisasi." *Jurnal Manajemen Strategis*.
- Fandy Tjiptono. (2017). "Manajemen Pemasaran dan Indikator Kualitas Pelayanan." Edisi ke-5. Yogyakarta: Andi.
- Indrasari, et al. (2019). "Pengertian dan Pentingnya Kualitas dalam Manajemen." *Jurnal Manajemen Indonesia*.
- Indrayani. (2019). "Etika dalam Islam dan Pengaruhnya terhadap Pelayanan." *Jurnal Etika Islam*.

- Julius, et al. (2020). "Pemasaran dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen." Jakarta: Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). "Prinsip-Prinsip Pemasaran." Jakarta: Erlangga.
- Limakrisna, N., & Purba, A. (2017). "Harga dan Strategi Pemasaran." Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Montir Citayam." Jakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan .2017
- Nana Herdiana, A. (2015). "Dasar-Dasar Manajemen Keuangan dan Harga." Bandung: Alfabeta.
- Philip Kotler. (2017). "Manajemen Pemasaran Edisi Global." Pearson Education.
- Rohman, Abdur. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mr. Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal

- Abdul Mukti & Kartini Aprianti. (2021). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Kirani Coffee." *Jurnal Bina Manajemen*, Vol. 10, No. 1, 229-245.
- Ade Ratna Sari. (2016). "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Salon Cantik)." *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, Vol. 4, No. 1.
- Agus Dwi Cahya, et al. (2021). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97)." *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 5, No. 1, 175-183.
- Aie Lila Yolanda & Nuryati. (2021). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Gojek di Kabupaten Sukoharjo." *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 6, No. 2.
- Alvinmariansyah & Amirudin, S. (2020). "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu." *Jurnal Ekonomi Kreatif*, Vol. 3, No. 2.
- Erlita Kurniawaty. (2017). "Pengaruh Citra Perusahaan dan Tarif Premi terhadap Minat Beli yang Berdampak pada Kepuasan Pelanggan di PT Asuransi Cigna Jakarta." *Jurnal Kreatif*, Vol. 5, No. 1.
- Muliani, H. S., et al. (2020). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Intikarya Sejahtera di Tangerang." *Ekonam: Jurnal Ekonomi, Akuntansi & Manajemen*, Vol. 2, No. 2.
- Putranto, A. T., & Purnomo, S. (2022). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Brand JSP KIDS MDS Depok Town Square." *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol. 4, No. 3.
- Rayhan Hasbi & Prof. Sudharto P. Hadi. (2021). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Portobello Café Semarang." *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. X, No. 2.