



---

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO MONTE SWALAYAN CAFÉ SALON DI KOTA PALOPO ( Studi Kasus Swalayan )

Riri Sulistianingsi<sup>1</sup>, Arsy widya Ningsi<sup>2</sup>, Irmianti Malak<sup>3</sup>

Nurjannah<sup>4</sup>, Muh.Haekal Yunus<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Andi Djemma Palopo

Alamat: Jln. Puang Haji Daud No.14, Palopo, Indonesia, South Sulawesi, Indonesia

Email: [rsulistianingsi@email.com](mailto:rsulistianingsi@email.com)

***Abstract.** This study aims to analyze the effect of service quality and price on customer satisfaction at monte self-service café salon shops (self-service case study) in Palopo City. Sampling method with incidental sampling (incidental sampling). The number of samples in this study were 33 respondents from an unknown population. Data collection techniques using observation, questionnaire and documentation. Data processing techniques with a regression system with the help of SPSS software (Statistical Package for the Social Sciences) data analysis techniques used are validity test, reliability test, multiple linear regression test, determinant coefficient test, t test (partial) and F test (simultaneous). The results of this study concluded that service quality has a positive and significant impact on consumer satisfaction at Monte Self-Service Stores in Palopo City. There is an effect of price on consumer satisfaction, the better the quality of service and the price provided, the more satisfied consumers will feel, the more positive and significant effect this will have on consumer satisfaction at monte supermarkets in the city of Palopo.*

***Keywords:** Service Quality, Price, Consumer Satisfaction.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada pada toko monte swalayan café salon (studi kasus swalayan) di Kota Palopo. Metode pengambilan sampel dengan pengambilan sampel incidental (sampling incidental). Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 33 responden dari jumlah populasi yang tidak diketahui. Teknik pengambilan data menggunakan observasi, kuesioner dan dokumentasi. Teknik pengolahan data dengan system regresi dengan bantuan software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinan, Uji t ( Parsial ) dan Uji F (Simultan). Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Monte Swalayan di Kota palopo. Ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen, makin baik kualitas pelayanan dan harga yang diberikan maka konsumen akan merasa semakin puas maka akan semakin berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko monte swalayan di kota palopo.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

## **LATAR BELAKANG**

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dengan konsep pemasaran yang modern mengalami berkembang dalam segala bidang persaingan bisnis di Indonesia yang begitu pesat dengan menempatkan konsumen sebagai perhatian utama. Penduduk di Indonesia saat ini khususnya di Kota Palopo semakin konsumtif dalam melakukan pembelian suatu produk. Kualitas pelayanan yang dirasakan sangat penting bagi keberhasilan organisasi karena hubungan langsung dengan kepuasan pelanggan dan niat perilaku. Organisasi ini menyediakan layanan yang unggul juga mengalami tingkat tinggi kepuasan pelanggan dan kata mulut-menguntungkan.

Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya dan iklannya. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan di banding kompetitor-kompetitor yang ada.

Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan. Kualitas pelayanan merupakan suatu profit strategy untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud.

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. 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.

Dari sekian banyaknya toko swalayan yang ada di daerah kota palopo. Salah satunya adalah Toko Monte swalayan café salon di Kota Palopo. Berdasarkan pengamatan awal peneliti memperoleh informasi bahwa salah satu masalah yang sedang dialami oleh toko Monte swalayan café salon yaitu pertama cara mengetahui kepuasan konsumen atau pelanggan toko Monte yang kedua cara meningkatkan kualitas pelayanan pada konsumen, dimana apabila pelayanan konsumen dilayani dengan baik akan meningkatkan kepuasan konsumen. Ketiga penetapan harga yang pas pada setiap item penjualan tiap produk dan jasa yang sesuai dengan toko Monte swalayan café salon . Berguna untuk mendukung kelancaran toko dan dapat bersaing dengan toko Swalayan lain Nya . Dimana hal ini dapat dilihat dengan kualitas pelayanan dan harga yang diterapkan apakah dapat bersaing dibidang pemasaran yang ada di Kota Palopo.

Oleh karena itu, Toko Monte swalayan café salon dituntut untuk memperhatikan kepuasan konsumen dari segi kualitas pelayanan dan harga yang terjangkau bagi konsumen. Toko Monte swalayan café salon harus senantiasa mendengarkan keluhan dari konsumen dan memiliki kemampuan memberikan respon yang baik terhadap setiap keinginan dan kebutuhan serta harapan konsumen, agar konsumen dapat puas dan loyal terhadap produknya dan akan berkunjung kembali, maka dari itu perlu melakukan evaluasi kembali serta seberapa besar pengaruhnya terhadap para konsumen

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono,2008). Definisi lain kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan (Hamdani, 2006).

Konsep kualitas pelayanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi pelanggan terhadap lima dimensi spesifik dari kinerja layanan. Ada lima dimensi kualitas jasa pelayanan (Parasuraman, 2008), yaitu:

1. Bukti Langsung (tangibles), adalah bukti fisik suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (realibility), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Dalam unsur ini, pemasar dituntut untuk menyediakan produk atau jasa yang handal. Produk atau jasa jangan sampai mengalami kerusakan/ kegagalan. Dengan kata lain, produk/ jasa tersebut selalu baik.
3. Daya tanggap (responsiveness), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

4. Jaminan (assurance), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf: bebas dari bahaya, resiko, atau keraguan.
5. Empati (empathy), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik, sangat penting untuk para karyawan memperhatikan pelanggannya.

### **Harga**

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Sukmawati (2017), harga adalah sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan dari menggunakan produk atau jasa. Harga menjadi satu-satunya bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga tergantung pada kebijakan perusahaan dengan mempertimbangkan berbagai hal. Perusahaan harus selalu memantau harga yang ditetapkan oleh para pesaing agar harga yang ditentukan perusahaan tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah. Menurut Nitisusastro dalam Utami dan Trenggana (2016) menyatakan harga adalah suatu imbalan yang berupa pembayaran yang diterima oleh karena telah menyerahkan suatu produk barang atau jasa kepada konsumen. Kotler dan Armstrong dalam Utami dan Trenggana (2016) dalam variabel harga ada unsur kegiatan utama harga yang meliputi: Daftar Harga, Diskon dan Potongan Harga.

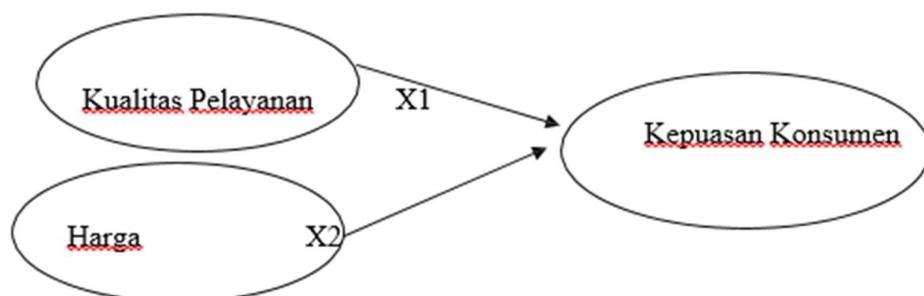
### **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen menjadi perhatian yang utama bagi kebanyakan perusahaan. Menurut Yulianti (2018) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Menurut Adi (2012), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi/ kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Menurut Tjiptono dalam Sukmawati (2017), di tengah beragamnya cara mengukur kepuasan konsumen, terdapat enam konsep inti mengenai obyek pengukuran, yaitu:

- 1) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (Overall Customer Satisfaction)  
Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu menanyakan secara langsung kepada konsumen seberapa puas mereka menggunakan produk atau jasa yang diberikan perusahaan.
- 2) Konfirmasi harapan (Confirmation of Expectation)  
Kepuasan diukur berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.
- 3) Minat Pembelian Ulang (Repurchase Intent)  
Kepuasan konsumen diukur dengan cara menanyakan apakah konsumen akan berbelanja atau menggunakan produk atau jasa perusahaan lagi.
- 4) Kesiediaan untuk Merekomendasi (Willingness to Recommend)  
Apabila konsumen merasa puas maka akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan produk ataupun jasa perusahaan.

### **Kerangka Pikir**



### Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kajian teoritis, pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko Monte Swalayan Café Salon, maka hipotesis dalam penelitian ini ialah sebagai berikut :

H1 :Diduga bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Monte Swalayan Café Salon Kota palopo ( Study kasus swalayan )

H2 :Diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Monte Swalayan Café Salon Kota palopo ( study kasus swal;ayan )

H3 :Diduga bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Monte Swalayan Café Salon Kota palopo ( Study kasus swalayan )

### METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis memakai metode deskriptif Kuantitatif, yaitu menggambarkan ataupun memaparkan apa adanya tentang suatu variabel. Penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada toko monte swalayan dikota palopo. Metode pengambilan sampel dengan memakai nonprobability sampling dengan teknik sampling incidental.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### . Uji Validasi

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevaliditan kuesioner. Menurut Arikunto dalam Liecardo (2017) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian yang valid mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka dinyatakan valid. Dari hasil perhitungan uji validitas dapat diketahui bahwa keseluruhan pernyataan yang diajukan oleh peneliti terhadap responden bias dipakai

karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Hasil uji validitas untuk masing-masing variabel tercantum dibawah ini :

### Subjudul Kesatu

#### Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X1)

Tabel 1  
Uji Validasi Kualitas Layanan (X1)

No.	Item	R <i>hitung</i>	R <i>table</i>	Keterangan
1	X1.1	0,742	0,344	Valid
2	X1.2	0,822	0,344	Valid
3	X1.3	0,750	0,344	Valid
4	X1.4	0,702	0,344	Valid
5	X1.5	0,784	0,344	Valid
6	X1.6	0,764	0,344	Valid
7	X1.7	0,745	0,344	Valid
8	X1.8	0,789	0,344	Valid
9	X1.9	0,742	0,344	Valid
10	X1.10	0,652	0,344	Valid
11	X1.11	0,757	0,344	Valid
12	X1.12	0,660	0,344	Valid

Berikut ini penjelasan untuk Sub judul kesatu Kualitas pelayanan

Pada table 11 dapat diketahui bahwa masing-masing item pernyataan memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,344) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pernyataan dikatakan Valid.

#### 1. Sub-Sub judul

##### Uji Validasi Harga (X2)

Tabel 2  
Uji Validasi Variabel Harga (X2)

No.	Item	R <i>hitung</i>	R <i>table</i>	Keterangan
1	X2.1	0,778	0,344	Valid
2	X2.2	0,873	0,344	Valid
3	X2.3	0,865	0,344	Valid
4	X2.4	0,856	0,344	Valid
5	X2.5	0,809	0,344	Valid
6	X2.6	0,755	0,344	Valid
7	X2.7	0,860	0,344	Valid
8	X2.8	0,865	0,344	Valid
9	X2.9	0,765	0,344	Valid
10	X2.10	0,741	0,344	Valid
11	X2.11	0,823	0,344	Valid
12	X2.12	0,813	0,344	Valid

Berikut ini penjelasan untuk Sub judul Harga.

Pada table 2 dapat diketahui bahwa masing-masing item pernyataan memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,344) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pernyataan dikatakan Valid.

#### a) Sub-sub-subjudul

Uji Validasi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 3

Uji Validasi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No.	Item	R <i>hitung</i>	R <i>table</i>	Keterangan
1	Y1	0,873	0,344	Valid
2	Y2	0,868	0,344	Valid
3	Y3	0,727	0,344	Valid
4	Y4	0,876	0,344	Valid
5	Y5	0,890	0,344	Valid
6	Y6	0,704	0,344	Valid
7	Y7	0,800	0,344	Valid
8	Y8	0,672	0,344	Valid
9	Y9	0,801	0,344	Valid
10	Y10	0,739	0,344	Valid
11	Y11	0,749	0,344	Valid
12	Y12	0,809	0,344	Valid

Berikut ini penjelasan untuk Sub judul Kepuasan Konsumen.

Pada table 13 dapat diketahui bahwa masing-masing item pernyataan memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,344) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pernyataan dikatakan Valid.

**Sub judul Kedua**

Tabel 4

Hasil Uji Realibilitas

1. Realibilitas Variabel Kualitas Layanan

Reability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.925	12

Sumber :Data Diolah (2023)

Berikut ini penjelasan untuk Sub judul kedua Kualitas Pelayanan.

Pada tabel pengujian hasil uji Realibilitas variabel kualitas layanan dari 12 pernyataan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's alpha* dari variabel lokasi sebesar 0,925 yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  0,6 maka variabel kualitas layanan dikatakan Reliabel.

**1. Sub-Sub judul**

Reliabilitas Variabel Harga

Reability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.953	12

Sumber : Data Diolah (2023)

Berikut ini penjelasan untuk Sub judul Harga.

Pada tabel pengujian hasil uji Realibilitas variabel kualitas layanan dari 12 pernyataan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai Cronbach's alpha dari variabel Keragaman produk sebesar 0,953 yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  0,6 maka variabel Harga dikatakan Reliabel.

**a) Sub-sub-sub judul**

Reliabilitas Variabel Kepuasan konsumen

**Reability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.946	12

Sumber :Data Diolah (2023)

Berikut ini penjelasan untuk Sub judul Kepuasan Konsumen.

Pada tabel pengujian hasil uji Realibilitas variabel kualitas layanan dari 12 pernyataan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's alpha* dari variabel minat beli konsumen sebesar 0,946 yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  0,6 maka variabel kepuasan konsumen dikatakan Reliabel.

**b) Analisis Regresi Linear Berganda**

Tabel 5

Hasil Regresi Linear Berganda Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.720	5.505			.504
	X1	.623	.127	.626	.676	.000
	X2	.286	.126	.289	.289	.030

a. Dependen Variabel : Kepuasan Konsumen

Sumber : data diolah SPSS 25 (2023)

$$Y = 3,720 + 0,623X1 + 0,286 X2$$

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 25 di atas maka di peroleh suatu persamaan regresi sebagai berikut :

Dari persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a. Konstanta  $b_0$  sebesar 3,720

Menyatakan bahwa jika semua variabel bebas memiliki nilai nol (0) dan tidak ada perubahan, maka nilai variabel terikat (kepuasan konsumen) sebesar 3,720.

- b. Koefisien regresi variabel kualitas layanan sebesar 0,623  
Menyatakan bahwa jika nilai koefisien untuk variabel kualitas layanan 0,623 yang artinya bahwa setiap perubahan 0,623 variabel kualitas layanan maka kepuasan konsumen (Y) akan terjadi perubahan satu satuan.
- c. Koefisien regresi variabel Harga sebesar 0,286  
Menyatakan bahwa jika nilai koefisien untuk variabel Harga 0,286 yang artinya bahwa setiap perubahan 0,286 variabel Harga maka kepuasan konsumen (Y) akan terjadi perubahan satu satuan.
- d. Konstanta b0 sebesar 3,720  
Menyatakan bahwa jika semua variabel bebas memiliki nilai nol (0) dan tidak ada perubahan, maka nilai variabel terikat (kepuasan konsumen) sebesar 3,720.
- e. Koefisien regresi variabel kualitas layanan sebesar 0,623  
Menyatakan bahwa jika nilai koefisien untuk variabel kualitas layanan 0,623 yang artinya bahwa setiap perubahan 0,623 variabel kualitas layanan maka kepuasan konsumen (Y) akan terjadi perubahan satu satuan.
- f. Koefisien regresi variabel Harga sebesar 0,286  
Menyatakan bahwa jika nilai koefisien untuk variabel Harga 0,286 yang artinya bahwa setiap perubahan 0,286 variabel Harga maka kepuasan konsumen (Y) akan terjadi perubahan satu satuan.

Dari kedua koefisien tersebut variabel yang memiliki nilai yang tinggi adalah variabel kualitas layanan. Jadi koefisien regresi yang bertanda positif (+) menandakan arah hubungan yang searah sedangkan apabila koefisien regresi negative (-) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

## UJI HIPOTESIS

Uji F (Simultan)

Tabel 6  
Hasil uji F

### ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	516.525	2	258.262	34.215	.000 <sup>b</sup>
Residual	226.445	30	7.548		
Total	742.970	32			

Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Lampiran SPSS

Pengujian secara bersama-sama Kualitas layanan (X1), Harga (X2), terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dari tabel diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 34,215 dengan nilai probabilitas (sig) = 0,000, nilai  $F_{hitung}(34,215) > F_{tabel}(3,35)$  dan nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai  $0,000 < 0,05$ . Maka Hipotesis 1 diterima, berarti secara bersama-sama Kualitas layanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Uji Parsial (Uji t)

Hasil uji T  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.720	5.505			.504
X1	.623	.127	.626	.676	.000
X2	.286	.126	.289	.289	.030

a. Dependen Variabel : Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah SPSS 25 (2023)

a. Variabel Kualitas layanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Terlihat bahwa pada variabel kualitas layanan mempunyai  $T_{hitung}$  yakni 0,676 dengan  $T_{tabel} = 2,051$  karena  $T_{hitung} < T_{tabel}$  maka disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen

b. Variabel harga (X2) terhadap Kepuasan konsumen

Terlihat bahwa pada variabel Harga mempunyai  $T_{hitung}$  yakni 0,289 dengan  $T_{tabel} = 2,051$  karena  $T_{hitung} < T_{tabel}$  maka disimpulkan bahwa tidak dapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen .

Dari kedua koefisien tersebut yang memiliki nilai paling tinggi adalah Variabel Kualitas Layanan. Maka hipotesis ke 2 diterima karena variabel harga juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 8  
Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.834 <sup>a</sup>	.695	.675	2.747

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependen Variabel : Kepuasan Konsumen

Sumber : data Diolah(2023)

Berdasarkan tabel 18 *Model Summary* dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas laynan Dan harga berpengaruh sebsar 69,5% terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Monte Swalayan palopo, sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

## PEMBAHASAN

Pengaruh kualitas pelayanan dan Harga terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda. Berdasarkan analisis regresi linear berganda diketahui bahwa kualitas pelayanan berpenagruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Monte Swalayan.

Secara garis besar dapat dijelaskan bahwa pemilihan kualitas layanan dan harga yang dilakukan oleh pihak Toko Monte Swalayan mampu memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen terhadap produk yang mereka tawarkan, hal ini

memberikan pengaruh yang positif bagi kelangsungan bisnis jasa Toko Monte Swalayan Sehingga hendaknya hal ini dapat menjadi masukan bagi pihak Toko Monte Swalayan agar lebih memperhatikan variabel Kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen sehingga pemilik Toko Monte Swalayan dapat menyusun strategi pemasaran yang tepat untuk pangsa pasar yang tepat agar tetap dapat bertahan.

Dan penelitian ini didukung oleh penelitian Purnamasari (2015) dimana hasil penelitian pada Toko Monte Swalyan secara simultan atau bersama-sama variabel kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian di Toko Monte Swalayan Dimana jika semakin bagus kualitas layanan dan harga dari Toko Monte Swalayan Kota palopo maka semakin meningkat pula minat kepuasan konsumen pada jasa Swalayan tersebut Dan secara parsial (individu) dan masing-masing variabel kualitas layanan dan harga berpengaruh positif dan variabel harga yang berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada Toko Monte Swalayan Café Salon (Study kasus Swalayan) Kota Palopo

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan sebagai berikut :

1. Pada hasil Uji T yang digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X1 dan X2 (kualitas layanan dan Harga ) berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan konsumen) atau tidak memiliki pengaruh. Dapat disimpulkan bahwa :
  - variabel kualitas layanan mempunyai  $T_{hitung}$  yakni 0,676 dengan  $T_{tabel} = 2,051$  karena  $T_{hitung} < T_{tabel}$  maka disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.
  - variabel Harga mempunyai  $T_{hitung}$  yakni 0,289 dengan  $T_{tabel} = 2,051$  karena  $T_{hitung} < T_{tabel}$  maka disimpulkan bahwa tidak dapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen .
2. pada hasil uji F dilakukan Pengujian secara bersama-sama terhadap Kualitas layanan (X1), Harga (X2), terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dari tabel diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 34,215 dengan nilai probabilitas (sig) = 0,000, nilai  $F_{hitung}(34,215) > F_{tabel}(3,35)$  dan nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai 0,000 < 0,05. Maka Hipotesis 1 diterima, berarti secara bersama-sama Kualitas layanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Pada *Model Summary* dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas layanan Dan harga berpengaruh sebesar 69,5% terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Monte Swalayan palopo, sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, berikut adalah saran-saran yang dapat dipertimbangkan Toko Monte Swalayan café Salon (Study kasus Swalayan ) Kota Palopo yaitu :

yang dalam hal ini sebagai pemegang hak otoritas pengambilan keputusan dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen.

1. Perusahaan disarankan untuk memperhatikan variabel kualitas layanan terkhususnya pada indikator berwujud sehingga dapat lebih mempengaruhi minat beli konsumen dalam meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya, perlu dilakukan pengkajian dengan cara memperdalam atau mengembangkan variabel penelitian dengan sampel dan populasi yang lebih besar Pengkajian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan baru yang dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu di manajemen pemasaran.

#### DAFTAR REFERENSI

- Adi, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Revan Motor di Desa Lalong Kecamatan Walendrang. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Terapan*, 1(1), 21-30.
- Nurjannah, N., Magfirah, M., Yunus, M. H., Ardiansyah, M., & Syukri, M. (2022). Pengaruh Komunikasi Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pondok Service Handphone Makassar Ponsel Kota Palopo. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 5(1), 60-69.
- Purnamasari, Y., Suwena, K. R., & Haris, I. A. (2015). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen produk m2 fashion online di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 1-12.
- Utami, A. T., & Ferlina, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Telkomsel (studi Pada Mahasiswa Universitas Bandung). *eProceedings of Management*, 3(1).