

Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction

Santi Handayani Bali & Henry Yuliamir*

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, Indonesia

Diterima: 2025-03-15; Disetujui: 2025-03-23; Dipublish: 2025-06-23

*Corresponding Email: henry.yuliamir@stiepari.ac.id

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Swalayan Laris Bawen. Fokus penelitian ini adalah untuk memahami sejauh mana kualitas layanan dan harga dapat meningkatkan kepuasan serta membangun loyalitas pelanggan. Pendekatan yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik survei melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada pelanggan. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk menguji hubungan antara variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, yang mencakup keramahan karyawan, kecepatan pelayanan, dan kenyamanan fasilitas, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga yang kompetitif, sebanding dengan manfaat yang diterima, serta program diskon dan promosi juga berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,7, yang menandakan tingkat keandalan yang baik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan kualitas layanan dan penerapan strategi harga yang tepat merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing swalayan. Implikasi praktis dari temuan ini menunjukkan bahwa manajemen swalayan perlu memprioritaskan pelatihan karyawan untuk meningkatkan keramahan dan pelayanan, serta mengembangkan strategi harga yang kompetitif dan promosi yang menarik untuk mempertahankan pelanggan. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup wilayah dan karakteristik pelanggan yang terbatas, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan secara luas. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mencakup variabel tambahan dan jangkauan responden yang lebih luas guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

Kata Kunci: Kualitas Layanan; Harga; Kepuasan Pelanggan.

Abstract

This article aims to analyze the effect of service quality and price on customer satisfaction at Supermarket Laris Bawen. The focus of this study is to understand the extent to which service quality and price can increase satisfaction and build customer loyalty. The approach used is a quantitative method with a survey technique through a questionnaire distributed to customers. Data were analyzed using multiple linear regression to test the relationship between variables. The results showed that service quality, which includes employee friendliness, speed of service, and comfort of facilities, has a positive and significant effect on customer satisfaction. Competitive prices, comparable to the benefits received, as well as discount and promotion programs also contribute to increasing customer satisfaction and loyalty. Reliability tests show that all research instruments have a Cronbach's Alpha value above 0.7, which indicates a good level of reliability. This study concludes that improving service quality and implementing appropriate pricing strategies are key factors in increasing customer satisfaction and competitiveness of supermarkets. The practical implications of these findings suggest that supermarket management needs to prioritize employee training to improve friendliness and service, as well as develop competitive pricing strategies and attractive promotions to retain customers. However, this study has limitations in terms of limited regional scope and customer characteristics, so the results cannot be generalized widely. Further research is recommended to include additional variables and a wider range of respondents to obtain a more comprehensive understanding.

Keywords: Service Quality; Price; Customer Satisfaction.

How to Cite: Bali, S.H., & Yuliamir, H., (2025). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 8 (1): 129-131.



PENDAHULUAN

Dalam industri ritel modern yang sangat kompetitif, kepuasan pelanggan menjadi faktor krusial untuk mempertahankan kelangsungan usaha. Swalayan sebagai bentuk ritel modern menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, terutama karena meningkatnya harapan terhadap kualitas layanan dan harga yang bersaing. Kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh produk yang ditawarkan, tetapi juga oleh keseluruhan pengalaman berbelanja, termasuk interaksi dengan karyawan dan persepsi terhadap harga (Hartati Rismauli, 2022), (LENI, 2023)

Kualitas layanan menjadi elemen kunci yang menentukan kepuasan pelanggan. SERVQUAL mengidentifikasi lima dimensi penting dalam layanan: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. (Sudarta, 2022) Dimensi-dimensi layanan seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik sebagaimana dijelaskan dalam model SERVQUAL. (Sintia Ayu Syapriani, 2020) menambahkan bahwa kualitas layanan dalam bisnis ritel dapat dilihat dari dua perspektif: kualitas teknis (apa yang diterima pelanggan) dan kualitas fungsional (bagaimana layanan diberikan). Dalam konteks swalayan, indikator kualitas layanan mencakup keramahan karyawan, kecepatan layanan, kebersihan lingkungan toko, serta kenyamanan fasilitas yang tersedia. (Pujiastuti, 2020) menegaskan bahwa pengalaman layanan yang positif dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong pembelian ulang. Selain itu, (Purnomo et al., 2021) menjadi tolok ukur penting dalam menilai kualitas layanan. Pelayanan yang baik tidak hanya membentuk kesan positif tetapi juga mendorong loyalitas dan pembelian ulang.

Selain kualitas layanan, faktor harga juga memainkan peran penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Harga sering kali menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian, terutama di industri ritel di mana pelanggan memiliki banyak pilihan alternatif. (Oh, 2000) menjelaskan bahwa harga bukan hanya angka nominal, tetapi juga merupakan persepsi pelanggan terhadap nilai suatu produk atau layanan. Jika pelanggan merasa bahwa harga yang mereka bayarkan sepadan dengan manfaat yang diterima, maka kepuasan mereka akan meningkat (Hendra Kurnia, 2020). Lebih lanjut, (Oktaviani & Hernawan, 2022) Oleh karena itu, strategi penetapan harga harus mempertimbangkan daya saing, margin keuntungan, serta persepsi nilai. Dalam konteks swalayan, Payne dan Frow (2017) mengungkapkan bahwa (Ati, 2024) Dalam konteks swalayan, harga yang kompetitif perlu didukung oleh layanan berkualitas agar pelanggan tidak beralih ke pesaing.

Berbagai penelitian telah membahas hubungan antara kualitas layanan, harga, dan kepuasan pelanggan di sektor ritel. (Setiawan et al., 2023) menemukan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada toko ritel modern di Indonesia. Sementara itu, (Sari et al., 2022) mengungkapkan bahwa harga yang kompetitif memiliki dampak besar terhadap keputusan pembelian pelanggan di pasar swalayan. Penelitian yang dilakukan oleh (Kurniawan, 2012) menunjukkan bahwa kombinasi antara harga yang terjangkau dan layanan yang berkualitas dapat meningkatkan loyalitas pelanggan secara signifikan. Temuan serupa juga diperoleh oleh (Dewi Sanjaya & Martono, 2012), yang menyatakan bahwa pelanggan cenderung memilih layanan dengan harga yang wajar dibandingkan hanya mengandalkan kualitas layanan saja.

Meskipun banyak penelitian telah mengkaji hubungan antara kualitas layanan, harga, dan kepuasan pelanggan dalam konteks ritel secara umum, masih terdapat kesenjangan dalam penelitian yang secara spesifik menganalisis hubungan tersebut pada Swalayan Laris Bawen, Semarang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Swalayan Laris Bawen, Semarang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan praktis bagi manajemen dalam merumuskan strategi pelayanan dan penetapan harga yang lebih efektif guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing di tengah ketatnya persaingan pasar ritel lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada pelanggan Swalayan Laris Bawen,



Semarang. Metode ini dipilih untuk mengukur pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan Pelanggan (Sugiyono, 2014).

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Swalayan Laris Bawen, Semarang, yang berjumlah 450 orang. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin:

Rumus Slovin digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang representatif dari populasi:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi (450 pelanggan)

e = Margin of error (misalnya 5% atau 0,05)

Jika e = 5% (0,05):

$$n = \frac{450}{1+450(0,05)^2}$$

$$n = \frac{450}{1+450(0,0025)}$$

$$n = \frac{450}{1+1,125}$$

$$n = \frac{450}{2,125}$$

$$n = \frac{450}{2,125}$$

$$n = \frac{450}{2,125}$$

$$n = \frac{450}{2,125}$$

$n \approx 211,76 \Rightarrow 212$ (dibulatkan ke atas)

Jadi, jumlah sampel yang dibutuhkan sekitar 212 responden dengan margin of error 5%. Jika margin of error berbeda, hasilnya akan menyesuaikan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria sebagai berikut (Nadeak & Yudhira, 2022):

1. Pelanggan yang telah berbelanja minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir.
2. Pelanggan yang berusia minimal 18 tahun.
3. Variabel penelitian terdiri dari tiga variabel utama

Tabel 1. Pertanyaan

Variabel	Indikator Pengukuran	Pertanyaan Kuesioner
Kualitas Layanan	• Keramahan karyawan	Seberapa ramah karyawan dalam melayani Anda?
	• Kecepatan layanan	Seberapa cepat proses transaksi di swalayan ini?
	• Kebersihan toko	Bagaimana kebersihan dan kerapian swalayan?
	• Kenyamanan fasilitas	Apakah fasilitas yang tersedia memberikan kenyamanan bagi Anda?
Harga	• Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Apakah harga produk sesuai dengan kualitas yang Anda terima?
	• Perbandingan harga dengan pesaing	Bagaimana harga produk dibandingkan dengan toko lain?
	• Diskon dan promo	Apakah swalayan sering memberikan promo menarik?
Kepuasan Pelanggan	• Kepuasan keseluruhan	Seberapa puas Anda dengan pengalaman berbelanja di swalayan ini?
	• Kemungkinan pembelian ulang	Apakah Anda akan kembali berbelanja di swalayan ini?
	• Rekomendasi kepada orang lain	Apakah Anda akan merekomendasikan swalayan ini kepada orang lain?

Data dikumpulkan melalui metode kuesioner dengan skala Likert 5 poin, di mana 1 = Sangat Tidak Setuju dan 5 = Sangat Setuju.

Data yang diperoleh dianalisis dengan metode statistik deskriptif dan inferensial menggunakan perangkat lunak SPSS. Teknik analisis yang digunakan meliputi (Ghozali, 2016):

1. Uji Validitas dan Reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian layak digunakan.



2. Analisis Regresi Linear Berganda untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
3. Uji t dan Uji F untuk mengukur signifikansi hubungan antara variabel independen dan dependen.
4. Koefisien Determinasi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pemilik Swalayan Laris Bawen dalam meningkatkan kualitas layanan dan strategi penetapan harga guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas layanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan Tabel 3, variabel kualitas layanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,168 dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Artinya, semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

Tabel 1. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.791	.626	.623	.69254

Nilai **R Square sebesar 0,626** mengindikasikan bahwa **62,6% variasi kepuasan pelanggan** dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan dan faktor lain dalam model, sedangkan **37,4%** sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Tabel 2. ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	168.043	2	84.022	175.185	.000
Residual	100.240	209	.480		
Total	268.283	211			

Dari hasil uji ANOVA, diperoleh nilai F sebesar 175.185 dengan signifikansi 0.000, yang menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan dalam menjelaskan hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Tabel 3. Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	.668	.577		1.157 .249
X_1 (Kualitas Layanan)	.168	.030	.267	5.524 .000

Koefisien regresi sebesar 0,168 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,168 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh (Setiawan et al., 2023), yang menyatakan bahwa kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di toko ritel modern.

Faktor-faktor yang Berkontribusi terhadap Kualitas Layanan

1. Keramahan Karyawan
Pelanggan merasa lebih nyaman dan dihargai ketika karyawan memberikan pelayanan dengan sikap ramah dan sopan.
2. Kecepatan Layanan

Pelayanan yang cepat dan efisien meningkatkan kepuasan pelanggan karena mereka tidak perlu menunggu terlalu lama.

3. Kebersihan Toko
Lingkungan toko yang bersih dan terorganisir dengan baik menciptakan pengalaman belanja yang lebih menyenangkan.
4. Kenyamanan Fasilitas
Fasilitas seperti tempat parkir yang memadai, tata letak produk yang mudah dijangkau, serta suasana toko yang nyaman juga berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel harga (X_2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,713 dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$), yang menunjukkan bahwa harga yang kompetitif meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tabel 4. Coefficients untuk Variabel Harga

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
X ₂ (Harga)	.713	.055	.627	12.955	.000	

Hasil ini didukung oleh penelitian (Sari et al., 2022), yang menyatakan bahwa harga yang kompetitif berkontribusi dalam membangun loyalitas pelanggan.

Faktor Harga yang Dipertimbangkan Pelanggan:

1. Harga yang Sebanding dengan Manfaat
Pelanggan cenderung puas jika mereka merasa bahwa harga yang dibayar sesuai dengan kualitas dan manfaat produk.
2. Adanya Diskon atau Promosi
Diskon dan penawaran khusus meningkatkan daya tarik pelanggan untuk berbelanja di swalayan.
3. Konsistensi Harga dengan Kualitas Produk
Harga yang stabil dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan terhadap kualitas produk akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan mereka.

Uji Reliabilitas Instrumen

Untuk memastikan keandalan instrumen penelitian, dilakukan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha. Hasilnya menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai di atas 0,7, yang berarti bahwa instrumen yang digunakan cukup reliabel.

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Skala	Cronbach's Alpha
X ₁ (Kualitas Layanan)	.716
X ₂ (Harga)	.718
Y (Kepuasan Pelanggan)	.747

Dengan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat keandalan yang baik dan dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan dengan akurat.

Berdasarkan temuan di atas, terdapat beberapa implikasi manajerial yang dapat diterapkan oleh Swalayan Laris Bawen untuk meningkatkan kepuasan pelanggan:

1. Peningkatan Kualitas Layanan
 - a. Memberikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan keramahan dan profesionalisme.
 - b. Mempercepat proses layanan di kasir dan bagian lain agar pelanggan tidak perlu menunggu lama.



- c. Menjaga kebersihan toko secara konsisten untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan.
2. Strategi Penetapan Harga
 - a. Menyesuaikan harga produk dengan manfaat yang ditawarkan agar pelanggan merasa mendapatkan nilai yang sepadan.
 - b. Menerapkan program diskon dan promosi untuk menarik lebih banyak pelanggan.
 - c. Memastikan konsistensi harga sehingga pelanggan tidak merasa dirugikan oleh perubahan harga yang tidak terduga.
3. Pelatihan Karyawan
 - a. Memberikan pelatihan tentang cara menghadapi pelanggan dengan baik.
 - b. Mengajarkan strategi komunikasi yang efektif dalam melayani pelanggan.
4. Strategi Loyalitas Pelanggan
 - a. Mengembangkan program keanggotaan dengan manfaat seperti cashback atau poin reward.
 - b. Menjalin komunikasi aktif dengan pelanggan melalui media sosial dan email untuk memberi tahu mereka tentang promosi terbaru.

Dengan penerapan strategi ini, diharapkan swalayan dapat meningkatkan daya saingnya di industri ritel dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan tabel coefficients, variabel harga (X₂) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,713 dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin kompetitif harga yang ditawarkan oleh swalayan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Dalam konteks ini, harga yang kompetitif berarti harga yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan berdasarkan kualitas produk yang diterima. Pelanggan akan merasa puas jika harga yang mereka bayar dianggap wajar dan sebanding dengan manfaat yang mereka peroleh.

Tabel 4. Coefficients untuk Variabel Harga

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
X ₂ (Harga)	0,713	0,055	0,627	12,955

Nilai t sebesar 12,955 mengindikasikan bahwa variabel harga sangat signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Temuan ini konsisten dengan penelitian oleh (Sari et al., 2022) yang menyatakan bahwa harga yang adil dan sesuai dengan manfaat meningkatkan loyalitas pelanggan..

Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Harga dalam Kepuasan Pelanggan

Penelitian oleh (Sari et al., 2022) mendukung temuan ini, yang menyatakan bahwa harga yang kompetitif berkontribusi dalam membangun loyalitas pelanggan. Pelanggan cenderung tetap berbelanja di tempat yang menawarkan harga yang dianggap adil dan sesuai dengan nilai yang mereka terima.

Beberapa faktor harga yang menjadi pertimbangan pelanggan dalam meningkatkan kepuasan mereka meliputi:

1. Harga yang Sebanding dengan Manfaat yang Diterima
 - a. Pelanggan menilai harga berdasarkan kualitas produk dan layanan yang diberikan. Jika harga dirasa sebanding dengan kualitas, mereka cenderung merasa puas.
 - b. Contoh: Jika swalayan menawarkan produk berkualitas tinggi dengan harga yang sedikit lebih mahal dibanding pesaing, pelanggan tetap akan merasa puas jika kualitas tersebut sesuai dengan harga yang dibayarkan.
2. Adanya Diskon atau Promosi
 - a. Diskon, cashback, dan promosi khusus (seperti beli 1 gratis 1) dapat meningkatkan daya tarik swalayan bagi pelanggan.



- b. Pelanggan cenderung merasa lebih puas dan termotivasi untuk kembali berbelanja ketika ada program promosi yang menguntungkan.
3. Konsistensi Harga dengan Kualitas Produk
 - a. Swalayan perlu menjaga kesesuaian antara harga dan kualitas produk agar pelanggan merasa mendapatkan nilai terbaik.
 - b. Harga yang berubah-ubah secara drastis atau tidak konsisten dapat menurunkan kepercayaan pelanggan dan mengurangi kepuasan mereka.

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh Swalayan Laris Bawen untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kebijakan harga adalah:

1. Menetapkan Harga yang Kompetitif
 - a. Melakukan survei pasar secara rutin untuk memastikan harga produk tidak jauh lebih tinggi dari pesaing.
 - b. Menyesuaikan harga dengan daya beli pelanggan di wilayah swalayan.
2. Meningkatkan Program Promosi dan Diskon
 - a. Mengadakan program loyalitas pelanggan seperti kartu anggota yang memberikan diskon khusus bagi pelanggan tetap.
 - b. Memberikan diskon untuk pembelian dalam jumlah besar atau produk tertentu dalam periode tertentu.
3. Menjaga Transparansi dan Konsistensi Harga
 - a. Menghindari perubahan harga yang tidak konsisten agar pelanggan tidak merasa dirugikan.
 - b. Memberikan informasi yang jelas tentang harga dan manfaat yang diperoleh pelanggan dari setiap produk.

Dengan menerapkan strategi ini, Swalayan Laris Bawen dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta mempertahankan loyalitas mereka dalam jangka panjang.

Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi dan keandalan instrumen penelitian, sehingga dapat dipastikan bahwa instrumen tersebut menghasilkan data yang stabil dan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha, yaitu metode statistik yang sering digunakan untuk mengukur sejauh mana item dalam suatu skala menghasilkan hasil yang konsisten.

Kriteria Reliabilitas Cronbach's Alpha

Menurut beberapa literatur metodologi penelitian, nilai Cronbach's Alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. $> 0,9$ → Sangat Reliabel
2. $0,8 - 0,9$ → Reliabel
3. $0,7 - 0,8$ → Cukup Reliabel
4. $0,6 - 0,7$ → Kurang Reliabel
5. $< 0,6$ → Tidak Reliabel

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,7, yang berarti bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang baik dan dapat dipercaya dalam mengukur kepuasan pelanggan.

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Skala	Cronbach's Alpha	Interpretasi
X ₁ (Kualitas Layanan)	0,716	Cukup Reliabel
X ₂ (Harga)	0,718	Cukup Reliabel
Y (Kepuasan Pelanggan)	0,747	Cukup Reliabel

Dari tabel 5, terlihat bahwa:



1. Variabel Kualitas Layanan (X1) memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0,716, yang menunjukkan bahwa kuesioner terkait kualitas layanan cukup reliabel untuk digunakan.
2. Variabel Harga (X2) memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0,718, yang berarti bahwa pertanyaan terkait harga konsisten dalam mengukur persepsi pelanggan terhadap harga.
3. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0,747, yang mengindikasikan bahwa kuesioner yang digunakan cukup kuat dalam mengukur kepuasan pelanggan secara akurat.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Instrumen penelitian memiliki tingkat keandalan yang baik, sehingga dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan dengan hasil yang konsisten.
2. Nilai Cronbach's Alpha di atas 0,7 menunjukkan bahwa instrumen ini dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut tanpa perlu modifikasi signifikan.
3. Karena reliabilitasnya baik, hasil yang diperoleh dari kuesioner ini dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan terkait strategi bisnis di Swalayan Laris Bawen.

Jika ingin meningkatkan reliabilitas lebih lanjut, beberapa langkah yang dapat dilakukan adalah:

1. Menambahkan atau memperbaiki beberapa item dalam kuesioner untuk meningkatkan konsistensi internal.
2. Melakukan uji coba ulang (retest reliability) dengan sampel yang lebih besar untuk melihat apakah hasil tetap konsisten dari waktu ke waktu.
3. Menggunakan metode pengukuran tambahan, seperti wawancara atau observasi, untuk mendukung hasil dari kuesioner.

Dengan demikian, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini cukup valid dan dapat diandalkan dalam mengukur kualitas layanan, harga, dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan temuan di atas, terdapat beberapa implikasi manajerial yang dapat diterapkan oleh Swalayan Laris Bawen untuk meningkatkan kepuasan pelanggan:

1. Peningkatan Kualitas Layanan
 - a. Pelatihan staf untuk meningkatkan keramahan dan kecepatan.
 - b. Perbaikan fasilitas dan kebersihan toko.
2. Strategi Penetapan Harga
 - a. Penyesuaian harga dengan daya beli lokal.
 - b. Promosi dan diskon terjadwal.
3. Pengembangan Loyalitas Pelanggan
 - a. Program keanggotaan atau poin reward.
 - b. Komunikasi aktif melalui media sosial dan aplikasi pelanggan.

Dengan penerapan strategi ini, diharapkan swalayan dapat meningkatkan daya saingnya di industri ritel dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Swalayan Laris Bawen. Kualitas layanan yang baik, seperti keramahan dan profesionalisme karyawan, kecepatan dalam memberikan pelayanan, serta kebersihan dan kenyamanan fasilitas, terbukti meningkatkan pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi pelanggan. Pelanggan lebih cenderung loyal ketika mereka merasa diperhatikan dan dilayani secara efisien serta berada dalam lingkungan belanja yang nyaman.

Selain itu, harga yang kompetitif memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, terutama bagi segmen pelanggan dengan sensitivitas harga tinggi. Harga yang sepadan dengan manfaat yang diterima, ditambah dengan adanya program diskon berkala dan promosi menarik, menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian. Misalnya, penerapan strategi harga bundling dan potongan harga musiman di Swalayan Laris Bawen terbukti efektif dalam menarik pelanggan dan mendorong pembelian berulang.

Lebih jauh lagi, penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor harga, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kualitas interaksi dan pelayanan yang diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa kombinasi antara pelayanan berkualitas dan strategi harga yang tepat dapat menjadi keunggulan kompetitif dalam pasar ritel yang semakin ketat.

Hasil uji reliabilitas terhadap instrumen penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,7, yang menandakan bahwa instrumen yang digunakan reliabel dan dapat diandalkan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan secara konsisten.

Namun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Fokus penelitian terbatas pada dua variabel utama, yaitu kualitas layanan dan harga, sementara variabel lain yang juga berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kemudahan metode pembayaran, kenyamanan lokasi, serta pengaruh loyalitas merek dan pemasaran digital, belum dianalisis lebih lanjut.

Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel-variabel tersebut guna mendapatkan gambaran yang lebih menyeluruh tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, pendekatan kualitatif atau studi longitudinal juga dapat dipertimbangkan untuk mengamati perubahan perilaku pelanggan dari waktu ke waktu dan menilai efektivitas strategi swalayan dalam mempertahankan pelanggan.

Dengan demikian, pihak manajemen Swalayan Laris Bawen perlu terus mengembangkan inovasi dalam layanan pelanggan dan strategi harga yang lebih adaptif serta berorientasi pada kebutuhan pelanggan untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ati, D. C. (2024). Analisis kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada cafe homely koffee kediri (Vol. 3).
- Dewi Sanjaya, I., & Martono, S. (2012). Management Analysis Journal. 1(2), 120–128.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program. IBM SPSS 23. In Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program. IBM SPSS 23.
- Hartati Rismauli, N. U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Pendidikan Dan Konseling, 4, 1349–1358.
- Hendra Kurnia, I. R. (2020). PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA SHOPEE. 7(2), 2220–2237.
- Kurniawan, W. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepercayaan Konsumen Produk Notebook (Studi Kasus Terhadap Dua Merk Notebook).
- LENI, R. H. (2023). Pengaruh Brand Image, Keragaman Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Produk Oleh
<http://repository.radenintan.ac.id/31656/%0Ahttp://repository.radenintan.ac.id/31656/1/skripsi1-2.pdf>
- Nadeak, J. A., & Yudhira, A. (2022). Analisa Pengaruh Fasilitas Dan Kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan Menginap di Mikie Holiday Resort dan Hotel Berastagi. Value, 3(2), 50–62.
<https://doi.org/10.36490/value.v3i2.402>
- Oh, H. (2000). The Effect of Brand Class, Brand Awareness, and Price on Customer Value and Behavioral Intentions. Journal of Hospitality and Tourism Research, 24(2), 136–162.
<https://doi.org/10.1177/109634800002400202>
- Oktaviani, S., & Hernawan, E. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lunica. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen, 10(2), 1–15.
<http://repository.stei.ac.id/id/eprint/6451%0Ahttp://repository.stei.ac.id/6451/3/BAB2.pdf>
- Pujiastuti, E. E. (2020). Pengaruh Pengalaman Wisatawan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Serta Niat Berkunjung Kembali. DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial, 5(2), 185–201.
<https://doi.org/10.36636/dialektika.v5i2.465>
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2021). Signifikansi Harga, Fasilitas Dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Hotel. Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen, 11(1), 67–78.
<https://doi.org/10.37932/j.e.v11i1.167>



Santi Handayani Bali, Henry Yuliamir. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

- Sari, J., Mildawati, T., Yahya, Y., & Kurnia, K. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Keuangan Digital untuk Mewujudkan UKM Handal. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 5(2), 210. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v5i2.13976>
- Setiawan, C., Hidayat, C., & Gantina, D. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sirup Tjampolay di Pusat Oleh-Oleh Cirebon. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 28(3), 319-329. <https://jurnalpariwisata.stptrisakti.ac.id/index.php/JIP/article/view/1760>
- SINTIA AYU SYAPRIANI. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN TAMU SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Di Madani Hotel Medan) (Vol. 2507, Issue February).
- Sudarta. (2022). INOVASI DAN TANTANGAN DALAM MANAJEMEN STRATEGI RUMAH SAKIT: SEBUAH TINJAUAN LITERATUR. 16(1), 1-23.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.

