

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT ALFAMART MEDAN

Kepler Sinaga

Dosen Prodi Adm. Bisnis Fisipol UHN Medan

sinaga.kepler63@gmail.com

ABSTRAK : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Konsumen Alfamart Jl. Bajak 1, Medan. Metode penelitian kuantitatif korelasional dan jenis penelitian explanatory research. Populasi seluruh konsumen dengan jumlah sampel menggunakan *Convenience Sampling* 67 orang. Teknik pengumpulan data kuesioner dan analisis data regresi linier.

Pengujian hipotesis Uji t (X_1) $t_{hitung} 4,092 > t_{tabel} 1,998$, nilai signifikansi $X_1 0,000 < 0,05$ berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Uji t (X_2) $t_{hitung} 10,509 > t_{tabel} 1,998$, nilai signifikansi $X_2 0,000 < 0,05$ berarti harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Uji F (X_1, X_2) $F_{hitung} 101,911 > F_{tabel} 3,14$ atau nilai signifikansi (X_1, X_2) = $0,000 < 0,05$, berarti X_1, X_2 , berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Alfamart agar semakin mengembangkan kualitas dan harga dapat terjangkau sehingga semakin meningkatkan kepuasan pelanggannya.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan*

ABSTRACT : This study aims to determine the Quality of Service and Price on Customer Satisfaction Consumers Alfamart Jl. Plow 1, Medan. The research method is correlational quantitative and the type of research is explanatory research. The population of all consumers with the number of samples using Convenience Sampling is 67 people. Questionnaire data collection techniques and linear regression data analysis.

Testing the hypothesis t test (X_1) t count $4.092 > t$ table 1.998 , the significance value of $X_1 0.000 < 0.05$ means that service quality has a positive and partially significant effect on customer satisfaction. T test (X_2) t arithmetic $10.509 > t$ table 1.998 , the significance value of $X_2 0.000 < 0.05$ means that the price has a positive and partially significant effect on customer satisfaction. F test (X_1, X_2) F count $101.911 > F$ table 3.14 or significance value (X_1, X_2) = $0.000 < 0.05$, meaning X_1, X_2 , simultaneously affects customer satisfaction. Alfamart to further develop quality and affordable prices so as to further increase customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Price, Customer Satisfaction*

Seiring dengan berkembangnya zaman yang semakin modern ini menyebabkan banyaknya persaingan di dunia bisnis, termasuk kegiatan dunia bisnis retail seperti *minimarket* yang sudah menjadi suatu fenomena dan pusat perhatian yang menarik. Hal tersebut ditangkap oleh PT Sumber Alfaria Trijaya atau yang lebih dikenal sebagai Alfamart. Alfamart sendiri memiliki visi, "Menjadi jaringan distribusi retail terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global", dan moto yang berbunyi, "Belanja Puas, Harga Pas". Saat ini Alfamart telah menjangkau daerah pulau Jawa, Bali, Sumatera, Sulawesi, Aceh dan Kalimantan. Pihak Alfamart berupaya memberikan

layanan yang cepat, berkualitas dan aksesibilitas yang mudah bagi pelanggan di sekitar gerai.

Untuk memberi keyakinan kepada konsumen bahwa telah melakukan keputusan yang tepat untuk melakukan pembelian di Alfamart, maka hendaklah Alfamart meninggalkan citra perusahaan yang baik di hadapan konsumen, karena citra perusahaan yang baik mempunyai pengaruh positif pada keputusan pembelian berkelanjutan kelak, karena konsumen akan lebih mengingat hal yang dianggap kurang baik dan memilih melakukan pembelian di tempat lain karena tidak ingin mengalami lagi kejadian buruk yang pernah dialami sebelumnya. Salah satu cara meningkatkan citra perusahaan yang baik adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Pelanggan biasanya membentuk harapan dari sebuah layanan yang bersumber dari pengalaman masa lalu, dari mulut ke mulut maupun iklan. Secara umum pelanggan membandingkan layanan yang dirasakannya dengan pelayanan yang diharapkannya di mana jika layanan yang sebelumnya kurang memuaskan maka pelanggan akan kecewa.

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 misalnya, iklan, maupun *public relations release*. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Kualitas pelayanan merupakan hal yang diperhatikan oleh para konsumen dalam mengambil keputusan. Pelayanan konsumen yang baik dan memuaskan harus menjadi misi utama bagi sebuah swalayan di mana kepuasan konsumen menjadi sorotan utama bagi perusahaan-perusahaan dalam memutuskan strategi untuk memenangkan persaingan. Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah perusahaan retail *minimarket* Alfamart Jl. Bajak 1, Medan. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya perusahaan retail bermunculan. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun beraneka macam, dengan begitu akan muncul ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap *minimarket*.

Hal tersebut menuntut pihak perusahaan atau pengelola *minimarket* untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding kompetitor lainnya. Demikian juga halnya di *minimarket* Alfamart Jl. Bajak 1, Medan, di mana sebagai salah satu *minimarket* yang ada di kota Medan, juga memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibanding pesaing yang ada. Sebagai bisnis retail yang terkemuka, maka *minimarket* Alfamart telah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Meskipun demikian, masih sering muncul juga keluhan dari pelanggan terhadap pelayanan *minimarket* Alfamart, termasuk Alfamart Jl. Bajak 1, Medan. Akan tetapi terkadang beberapa pelanggan mengeluhkan bahwa merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak Alfamart Jl. Bajak 1, Medan. Ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan Alfamart Jl. Bajak 1, Medan ini di antaranya, yaitu: pramuniaga yang kurang ramah (kurang dalam senyum, salam, sapa) dan kurang tanggap dalam melayani pelanggan, tidak diberikannya bonus *pack* oleh kasir padahal tertera tulisan adanya bonus *pack*,

harga yang berbeda saat pembayaran di kasir. Hal ini harus terus diperhatikan oleh perusahaan *minimarket* Alfamart, khususnya untuk Alfamart Jl. Bajak 1, Medan, dengan menganalisis keluhan-keluhan pelanggan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanannya kelak di masa depan. Pihak perusahaan juga harus mampu memahami keinginan-keinginan pelanggannya serta mempelajari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan para pelanggannya.

Kualitas Pelayanan

Menurut Rambat Lupiyoadi (2001. 144), “Kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. Sementara itu, pengertian kualitas pelayanan dari sudut pandang Wyckof (dalam Lovelock) dalam Fandy Tjiptono (2004.59), “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.”

Harga

Fandy Tjiptono (2014. 193) berpendapat pengertian harga adalah jumlah uang (satuan moneter) atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan satuan jasa. Sedangkan menurut Lamb, Hair, McDaniel (2001. 268), harga dapat diartikan sebagai sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa. Setelah memahami pengertian harga di atas, maka dapat disimpulkan bahwa definisi harga adalah nilai uang yang harus dibayar konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Engel et.Al., dalam Fandy Tjiptono (2000. 38), “Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) yang sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.” Sedangkan Day (Tse dan Wilton) dalam Fandy Tjiptono (2000. 146) berpendapat bahwa, “Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pada landasan teori dan kerangka berpikir yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₁: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
Alfamart Jl. Bajak 1, Medan

H₂: Tingkat kelayakan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
Alfamart Jl. Bajak 1, Medan

H₃: Kualitas pelayanan dan tingkat kelayakan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Alfamart Jl. Bajak 1, Medan

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif korelasional. Dimana penelitian korelasional kuantitatif digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua atau beberapa variabel. Bertujuan untuk menyelidiki sejauh mana variasi pada suatu variabel berkaitan dengan variasi pada suatu atau lebih variabel lain berdasarkan koefisien korelasi. Penelitian dilakukan pada *Minimarket* Alfamart yang berlokasi di Jl. Bajak 1, Medan. Waktu penelitian tersebut dilaksanakan pada tanggal 5 s/d 23 September 2020. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah pelanggan Alfamart Jl. Bajak 1, Medan dan jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui atau tidak dapat dipastikan. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel diambil/terpilih karena sampel tersebut ada pada tempat dan waktu yang tepat. Peneliti menetapkan mengambil sebanyak 67 orang sebagai sampel penelitian. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa angket yang berisi daftar pertanyaan yang telah disusun untuk memenuhi pengukuran variabel yang diukur dengan skala *likert*. Maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai pedoman dasar menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Dalam melakukan penelitian tersebut variabel-variabel yang akan diuji pada setiap jawaban akan diberikan skor. Dalam skala *likert*, kemungkinan jawaban tidak hanya sekadar “setuju” dan “tidak setuju” saja, melainkan dibuat dengan lebih banyak kemungkinan jawaban. Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner yang dibuat sendiri oleh peneliti sebagai skala pengukuran variabel penelitian. Kriteria kuesioner yang baik salah satunya memenuhi validitas dan reliabilitas. Dalam penelitian ini regresi linear berganda berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Menurut Nalom Siagian (2021. 89), dalam analisis regresi tersebut, hubungan antara variabel independen dengan Variabel dependen merupakan hubungan linear, dan hubungan ini merupakan hubungan statistikal, artinya tidak ada variabel dependen yang pasti untuk setiap variabel independen yang diketahui. Apabila nilai variabel dependen dapat diramalkan dengan pasti berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui, dinamakan mempunyai hubungan fungsional. Studi hubungan variabel-variabel ekonomi atau bisnis pada umumnya merupakan hubungan statistik. Berkaitan dengan output regresi linier berganda yang dihasilkan melalui program SPSS, perlu dilakukan uji parsial dengan uji t, uji simultan dengan uji F, dan koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

Alfamart adalah sebuah brand minimarket penyedia kebutuhan hidup sehari-hari yang dimiliki oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. Pada tahun 1989 merupakan

awal berdirinya Alfamart, dengan dimulainya usaha dagang rokok dan barang-barang konsumsi oleh Djoko Susanto dan keluarga yang kemudian mayoritas kepemilikannya dijual kepada PT. HM Sampoerna pada Desember 1989. Pada tahun 1994 Struktur kepemilikan berubah menjadi 70% dimiliki oleh PT. HM Sampoerna Tbk dan 30% dimiliki.

Uji Instrumen

Uji Validitas

Jumlah responden yang dalam penelitian ini adalah 67 orang, sehingga nilai Df adalah 65 ($Df=N-2$). Nilai r tabel dengan $Df = 65$ signifikan 5%, adalah 0,240. Kuesioner dapat dikatakan valid ketika nilai dari r hitung lebih besar dari nilai r tabel. Hasil uji validitas kuesioner pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.1
Uji Validitas Kuesioner Pertanyaan Variabel X₁

Kualitas Pelayanan			
Item Pertanyaan	r Hitung	R Tabel	Keterangan
X1.1	0.855	0.240	Valid
X1.2	0.863	0.240	Valid
X1.3	0.884	0.240	Valid
X1.4	0.910	0.240	Valid
X1.5	0.802	0.240	Valid
X1.6	0.751	0.240	Valid
X1.7	0.780	0.240	Valid
X1.8	0.670	0.240	Valid
X1.9	0.670	0.240	Valid
X1.10	0.636	0.240	Valid

Sumber : Data sekunder yang telah diolah (SPSS versi 22)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, persentase kelayakan kuesioner untuk item pertanyaan pada variabel Kualitas Pelayanan (X_1) adalah sebesar 100%. Nilai tersebut diperoleh dari total kuesioner sebanyak 10 pertanyaan yang dinyatakan valid, karena memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel. Nilai r tabel pada $Df=65$ pada taraf signifikansi 5% adalah 0,240. Hasil perhitungan SPSS pada instrumen penelitian variabel X_1 didapatkan bahwa nilai r hitung adalah lebih besar dari 0,240 pada setiap item pertanyaan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan untuk variabel X_1 yang digunakan adalah valid:

Tabel 4.2
Uji Validitas Kuesioner Pertanyaan Variabel X₂

Harga			
Item Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X2.1	0.874	0.240	Valid
X2.2	0.854	0.240	Valid
X2.3	0.867	0.240	Valid
X2.4	0.911	0.240	Valid
X2.5	0.918	0.240	Valid
X2.6	0.798	0.240	Valid

Sumber : Data sekunder yang telah diolah (SPSS versi 22)

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, persentase kelayakan kuesioner untuk item pertanyaan pada variabel Harga (X₂) adalah sebesar 100%. Nilai tersebut diperoleh dari total kuesioner sebanyak 6 pertanyaan yang dinyatakan valid, karena memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel. Hasil perhitungan uji validitas pada instrumen penelitian variabel X₂ didapatkan bahwa nilai r hitung adalah lebih besar dari 0,240 pada setiap item pertanyaan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan untuk variabel X₂ yang digunakan adalah valid.

Tabel 4.3
Uji Validitas Kuesioner Pertanyaan Variabel Y

Kepuasan Pelanggan			
Item Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y.1	0.860	0.240	Valid
Y.2	0.903	0.240	Valid
Y.3	0.909	0.240	Valid
Y.4	0.812	0.240	Valid
Y.5	0.822	0.240	Valid
Y.6	0.867	0.240	Valid

Sumber : Data sekunder yang telah di olah (SPSS versi 22)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, persentase kelayakan kuesioner untuk item pertanyaan pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 100%. Nilai tersebut diperoleh dari total kuesioner sebanyak 6 pertanyaan yang dinyatakan valid, karena memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel. Hasil perhitungan uji validitas pada instrumen penelitian variabel Y didapatkan bahwa nilai r hitung adalah lebih besar dari 0,240 pada setiap item pertanyaan. Hal ini

dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan untuk variabel Y yang digunakan adalah valid.

Uji Reliabilitas

Berikut ini adalah hasil pengujian reliabilitas kuesioner.

Tabel 4.4
Uji Reliabilitas Variabel X₁

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.929	10

Berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel 4.4 di atas, hasil uji reliabilitas dari 10 item pernyataan variabel X₁ menunjukkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,929. Hasil ini menunjukkan bahwa instrumen pertanyaan untuk variabel X₁ adalah reliabel karena nilai *cronbach's alpha* 0,929 > 0,60.

Tabel 4.5
Uji Reliabilitas Variabel X₂

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.933	6

Berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel 4.5 di atas, hasil uji reliabilitas dari 6 item pernyataan variabel X₂ menunjukkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,933. Hasil ini menunjukkan bahwa instrumen pertanyaan untuk variabel X₂ adalah reliabel karena nilai *cronbach's alpha* 0,933 > 0,60.

Tabel 4.6
Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.915	6

Berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel 4.6 di atas, hasil uji reliabilitas dari 6 item pernyataan variabel Y menunjukkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,915. Hasil ini menunjukkan bahwa instrumen pertanyaan untuk variabel Y adalah reliabel karena nilai *cronbach's alpha* 0,915 > 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji statistik yang dipakai dalam penelitian ini adalah uji *Kolmogrov-Smirnov*. Apabila nilai signifikan lebih besar dari 5% maka H_0 diterima berarti data residual terdistribusi secara normal. Sedangkan jika tingkat signifikan dibawah 5% berarti dapat dikatakan bahwa suatu variabel tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.7
Uji Normalitas - Kolmogrov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		67
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.05948897
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.061
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas, maka dapat diketahui apakah data yang diuji pada penelitian ini berdistribusi normal atau tidak, dengan membandingkan nilai dari *Kolmogrov-Smirnov*. Melihat hasil pengujian, bahwa nilai Signifikan K-S adalah sebesar 0,200 lebih besar dari tingkat signifikansi sebesar 0,05 atau secara sederhana bahwa $0,200 > 0,05$ maka diketahui bahwa data di atas adalah berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Adapun hasil uji Multikolenieritas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1	(Constant)	
	Kualitas Pelayanan	.809 1.237
	Harga	.809 1.237

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji Multikolinieritas pada tabel 4.8 di atas, maka dapat diketahui nilai dari VIF dan *Tolerance*. Hasil pengujian kemudian dibandingkan dengan kriteria pengujian dalam pengukuran multikolinieritas. Pada tabel di atas,

dapat diketahui bahwa variabel-variabel independen pada model regresi memiliki nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10. Dari hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa data di atas tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Pada penelitian ini, Uji heterokedastisitas dilakukan dengan metode Uji *Glejser* yaitu dengan meregresi nilai *absolute residual* terhadap variabel independen.

Tabel 4.9
Uji Heterokedastisitas Metode *Glejser*

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	-.167	.868
	Kualitas Pelayanan	.799	.427
	Harga	-.957	.342

a. Dependent Variable: LnAbs_Res

Dari hasil uji Heterokedastisitas dengan menggunakan Metode *Glejser* pada tabel 4.9 di atas, dapat dilihat bahwa variabel variabel independen dalam model regresi memiliki nilai *signifikan* lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan metode *Glejser*, model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.10
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.074	1.887		.039	.969
	Kualitas Pelayanan	.205	.050	.278	4.092	.000
	Harga	.688	.065	.714	10.509	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Persamaan analisis regresi linear berganda dapat ditulis sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

Berdasarkan hasil regresi pada tabel 4.10 di atas, persamaan regresi liner berganda pada penelitian dapat dinyatakan dalam rumus sebagai berikut :

$$Y = 0,074 + 0,205X_1 + 0,688X_2$$

Nilai konstanta sebesar 0,074 yang berarti bahwa jika variabel bebas (kualitas pelayanan dan harga) dianggap nol atau konstan, maka kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai sebesar 0,074. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0,205 yang artinya apabila variabel kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat pula sebesar 0,205 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel bebas lainnya dianggap nol atau konstan. Koefisien regresi pada variabel harga (keterjangkauan, kesesuaian, manfaat dan kualitas yang diterima konsumen) (X_2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0,688 yang artinya apabila variabel harga (keterjangkauan, kesesuaian manfaat dan kualitas yang diterima konsumen) meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat pula sebesar 0,688 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel bebas lainnya dianggap nol atau konstan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji koefisien determinasi R^2 dapat di tunjukkan pada tabel 4.17 berikut :

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.872 ^a	.761	.754	2.091

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi dengan menggunakan R^2 adalah sebesar 0,761. Yang artinya bahwa, kemampuan variabel Kualitas Pelayanan dan Harga (keterjangkauan, kesesuaian, manfaat dan kualitas yang diterima konsumen) dalam menjelaskan variabel independen adalah sebesar 76,1% dan sisanya sebesar 23,9% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Hasil dari pengujian hipotesis secara parsial di tunjukkan pada tabel 4.13 berikut :

Tabel 4.12
Hasil Uji t (secara parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.074	1.887		.039	.969
Kualitas Pelayanan	.205	.050	.278	4.092	.000
Harga	.688	.065	.714	10.509	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pada tabel 4.12 di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pada variabel kualitas pelayanan (X_1) adalah sebesar 4,092, dimana nilai tersebut lebih besar dari t tabel sebesar 1,998. Selain itu, nilai signifikan pada variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 (5%). Sehingga dapat disimpulkan, kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Pada variabel (X_2) harga (keterjangkauan, kesesuaian, manfaat dan kualitas yang diterima konsumen) adalah sebesar 10,509, dimana nilai tersebut lebih besar dari t tabel sebesar 1,998. Selain itu, nilai signifikan pada variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 (5%). Sehingga dapat disimpulkan variabel (X_2) harga (keterjangkauan, kesesuaian, manfaat dan kualitas yang diterima konsumen) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji F (Uji Simultan)

Hasil pengujian secara simultan pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.16 di bawah ini.

Tabel 4.13
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	891.524	2	445.762	101.911	.000 ^b
	Residual	279.939	64	4.374		
	Total	1171.463	66			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Berdasarkan tabel 4.13 di atas diperoleh nilai F hitung sebesar 101,911 dimana nilai ini lebih besar dari F tabel sebesar 3,14. Selain itu, nilai signifikan adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa secara simultan Kualitas Pelayanan dan Harga (keterjangkauan, kesesuaian manfaat dan kualitas yang diterima konsumen) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Penutup

Penelitian ini berbicara tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Alfamart Medan (Studi Kasus pada Konsumen Alfamart Jl. Bajak 1, Medan). Berdasarkan pengujian menggunakan metode analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini, maka dapat di ambil kesimpulan bahwa :

Secara parsial, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kualitas Pelayanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,092 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,998 atau nilai

signifikansi $X_1 = 0.000 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan koefisien regresi sederhana dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan.

Secara parsial, Harga (keterjangkauan, kesesuaian manfaat dan kualitas yang diterima konsumen) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Harga memiliki nilai t_{hitung} sebesar 10,509 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,998 atau nilai signifikansi $X_2 = 0.000 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan koefisien regresi sederhana dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan.

Secara simultan, Kualitas Pelayanan dan Harga (keterjangkauan, kesesuaian, manfaat dan kualitas yang diterima konsumen) bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($101,911 > 3,14$) atau nilai signifikansi $X_1, X_2 = 0,000 < 0,05$ yang artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan, tapi harga lebih berpengaruh.

Kemampuan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan variabel dependen, yakni sebesar 76,1%, dan sisanya 23,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini, seperti kualitas produk, fasilitas yang memuaskan dan memadai, lokasi yang strategis.

Rekomendasi

Alfamart hendaknya mempertahankan kualitas pelayanannya, karena dari hasil penelitian diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Adapun salah satu upaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan adalah dengan cara melayani dengan baik dan memperlakukan konsumen dengan setara.

Selain kualitas pelayanan, perusahaan hendaknya memperhatikan harga karena dari hasil penelitian diketahui bahwa harga (keterjangkauan, kesesuaian manfaat dan kualitas yang diterima konsumen) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Harga yang ditawarkan atas barang yang dijualnya bila mengalami perubahan hendaknya diberitahukan agar pelanggan tidak kecewa atas perubahan harga yang terjadi. Perubahan ini juga harus diiringi dengan kualitas barang yang ditawarkan dan sesuai dengan keinginan pelanggan. Sehingga, jika harga tinggi tapi diiringi dengan adanya aspek seperti, keterjangkauan, kesesuaian manfaat dan kualitas yang diterima konsumen, maka hal tersebut sepadan dengan nominal yang telah dikeluarkan pelanggan.

Bagi peneliti yang akan datang disarankan untuk dapat menambahkan variabel lain yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, seperti lokasi, kualitas produk, promosi, sehingga diperoleh informasi secara lengkap terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Alfamart Jl. Bajak 1, Medan. Penelitian selanjutnya hendaknya menambah variabel- variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain kualitas pelayanan dan harga sehingga diharapkan hasil penelitian dapat lebih maksimal.

Daftar Referensi

- Engel, et al. (2000). Perilaku Konsumen. Edisi Keenam. Jilid I. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat, Jakarta
- Siagian, Nalom 2021. Statistika Dasar (Konseptualisasi dan Aplikasi), CV. Kultura Digital Media.
- Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.